

THE SAGE INVESTOR

2023 | Volume 74



SPECIAL INTERVIEW
 마크 레빈슨
 박스 바깥의 세계화

INNOVATION & INVESTMENT
 핀테크, 블록 체인 & WEB 3.0
 금융 서비스와 데이터 산업이 결합하면?

US TECH
 빅테크의 시 방어 대신
 방패에 시를 장착했다

특집 | 14억 인도, 5G 시대가 열린다!

2023 1월권 74호



특집 | 인도의 5G 시대

14억 인도 5G 시대가 열린다!

인도에 5G 서비스가 빠른 속도로 보급되고 있다. 더불어 관련 산업 분야가 또다른 도약을 준비하고 있다. 과연 5G는 인도를 어떻게 바꾸어놓을 것인가?

Overview 5G는 인도를 어떻게 바꿀 것인가?
Regulation 5G 인프라 확장과 정부 통신 정책
Retail 5G 기술을 통한 차세대 소매 솔루션 구축
Satcom 디지털 평등을 위한 위성통신 네트워크

비과세로 투자하고
[관련세법충족시]

잘나가는 글로벌펀드를
수시로 추가하고 바꿀 수도 있고
[미래를 보는 변액연금보험무배당,
일부펀드에 따라 변경횟수 제한,
수수료 발생일 수 있음]

글로벌MVP60펀드 누적수익률
56.62%
[2014.04.01~2022.04.07, 생명보험협회 공시]



연금 투자하는 좋은 방법, 미래에셋생명 변액보험

- 잘 나가는 글로벌펀드 수시 추가·교체
- 비과세 혜택, 중도인출 가능
(중도인출 가능기간 및 횟수제한, 수수료 발생 가능, 중도인출 전후 환급금 동일하지 않음)
- 미래에셋생명 홈페이지에서 영상광고도 확인하세요 life.miraeasset.com

■ 변액보험은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하지 않습니다. 다만, 약관에서 정한 최저보증하는 보험금 및 특약에 한하여 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하되, 보호 한도는 본 보험회사에 있는 귀하의 모든 예금보호대상 금융상품의 해지환급금(또는 만기 시 보험금이나 사고보험금)에 기타지급금을 합하여 1인당 '최고 5천만원'이며, 5천만원을 초과하는 나머지 금액은 보호하지 않습니다. (다만, 보험계약자 및 보험료납부자가 법인이면 보호되지 않습니다) ■ 변액보험은 특별계정의 운용결과에 따라 납입원금의 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실은 가입자에게 귀속됩니다. ■ 과거의 특별계정 운용실적(수익률)이 미래의 수익을 보장하는 것은 아닙니다. ■ 해외형 특별계정의 경우 환율변동 시 자산가치가 변동되거나 손실을 볼 수 있습니다. ■ 기존 계약 해지 후 신계약 체결 시 보험인수가 거절되거나 보험료가 인상되거나 보장내용이 달라질 수 있습니다. ■ 보험계약 체결 전에는 반드시 상품설명서 및 약관을 참고하시기 바랍니다. ■ 생명보험협회 심의필 제2023-01106호 (2023-03-21 ~ 2024-03-20)

행복한 은퇴설계의 시작 -
MIRAE ASSET
미래에셋생명

CONTENTS



58
특집
인도의 5G 시대
**14억 인도,
5G 시대가 열린다!**

인도의 5G 서비스 시작으로 여러 산업 분야가 변화와 도약을 준비하고 있다.

- 1 OVERVIEW
5G는 인도를 어떻게 바꿀 것인가?
- 2 REGULATION
5G 인프라 확장과 정부 통신 정책
- 3 RETAIL
5G 기술을 통한 차세대 소매 솔루션 구축
- 4 SATCOM
디지털 평등을 위한 위성통신 네트워크

08
SPECIAL INTERVIEW
“제4차 세계화는 ‘컨테이너 박스’
너머에서 이루어질 것이다”
마크 레빈슨

WORLD ECONOMY

16
INNOVATION & INVESTMENT
핀테크, 블록 체인 & WEB 3.0
금융 서비스와 데이터 산업이 결합하면?

24
US TECH
빅테크의 AI방어 대전
창과 방패의 싸움이 새로운 차원에 진입했다.

30
JAPANESE SEMICONDUCTOR

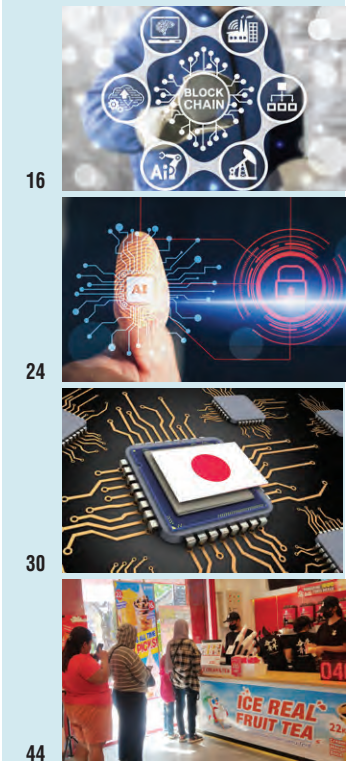
일본 라피다스의 도전
일본은 원조 반도체 대국의 위상을 되찾을 수 있을까?

44
CHINESE TEA
중국 밀크티 브랜드 1위 미쉐빙청의
이유 있는 자신감
중국의 차 시장을 평정한 미쉐빙청의 성공 비결.

48
CHINESE ETF
중국 투자 시장에도 ETF 바람이 분다
폭발적 성장세의 중국 ETF 투자 기준.

56
KONDO'S VIEW
리창은 총리의 무게를 감당할 수
있을까?
'시진핑의 남자' 리창 총리가 말하는 중국 경제.

72
INDIAN BEVERAGE
타타 컨슈머 프로덕츠의
즐거운 티타임
인도 식음료 업계의 새로운 변화.



16

24

30

44

76
INDIAN INVESTMENT

NEXT CHINA 인도 투자의 매력
글로벌 국가들이 '넥스트 차이나'로 인도를 언급하는 이유.

34
특집
2023 중국 소비 트렌드
**MZ세대가 향유하는
트렌드, 그곳에 기회가 있다**

지금 중국인은 어디에, 어떻게 돈을 쓰고
있나?

- ① 키워드
지금 떠오르는 중국의 소비 키워드 10
- ② MZ세대
MZ세대의 '더 리얼한 삶'
- ③ 지역생활 서비스
소비의 최전선, 지역생활 서비스 플랫폼의 생존 경쟁
- ④ 커뮤니티
사람 속에서 느끼는 행복

CONTENTS



81

81

특집

인도에서 가장 존경받는 기업은?

인도에서 존경받는 기업 중 주목할 만한 기업 4곳을 소개한다.

- 1위 릴라이언스 인더스트리
- 2위 타타 컨설턴시 서비스
- 4위 HDFC 은행
- 10위 인포시스

86

GREEN VIETNAM

베트남의 녹색 성장

녹색 성장을 지향하는 베트남의 이정표.



90

92

94

88

TAX

자산 평가액이 떨어졌다면
증여세 절세의 기회로 활용!

CULTURE

90

BOOKS

미스터 체어맨

92

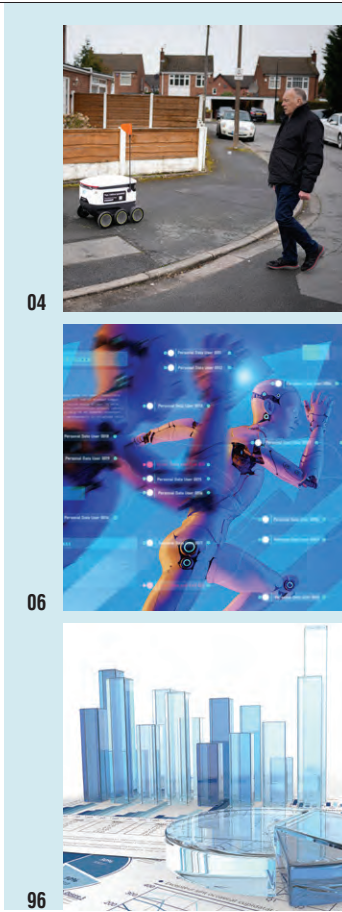
WINE

테이블 와인의 멋

94

GOLF

한국 최고 골퍼는 누구?



04

06

96

PERSPECTIVE

04

WORLDVIEW

맨체스터의 배달부

06

OPINION

AI 전쟁의 승자와 패자

96

GLOBAL MARKETS

PRICES & RATES

THE SAGE INVESTOR



THE SAGE INVESTOR 정기구독 안내

- 📄 정기구독 신청
전화(1588-7761)
- 🌐 정기구독료(국내)
1년(4회) 25,000원 약 40% 할인가 ⇒ 17,000원
2년(8회) 49,000원 약 40% 할인가 ⇒ 34,000원

정기구독 시 약 40% 할인 혜택

40%

4회 신청 시 17,000원
8회 신청 시 34,000원

- ✉ 보내실 곳
우편번호 06040 서울특별시 강남구 도산대로 156 HLL 빌딩 10층
'THE SAGE INVESTOR 인베스터' 편집부

편집장 박덕건 duncan7@gmail.com
기자
모은희 hug7482@naver.com
김규림 smartjuhua@naver.com
서희라 hello0129@naver.com

ART nanabana studio
디자인 디렉터 김현주
디자이너 임세희

특약 파트너
BusinessWorld(인도)
新財富(중국)
商界(중국)
Vietnam Economic Times(베트남)
Indonesia Economic Forum(인도네시아)

CEO
강주연 (HLL중앙 대표)

Management Support Dept Director 오창훈
STUDIODOOT TREND &
INSIGHT Chief Manager 김민석
Finance & Accounting Team Leader 최종필
Business Management Team Leader 김승환
Human Resources Team Leader 박원영
Process Management Team Leader 김태근

주소
06040 서울특별시 강남구 도산대로 156
HLL 빌딩 10층

편집 문의 02-3015-0866
정기 구독 1588-7761
광고 02-3015-0623
인쇄 (주)프린피아
분해&출력 새빛그래픽스

등록
등록 2007년 7월 18일
등록번호 (강남 바 00198)
이 책에 실린 어떤 내용도 무단 복제해서
사용할 수 없습니다.

*본지는 한글과컴퓨터에서 배포한 '함초롬체'를 일부 사용했습니다.

정기구독 신청 및 문의 1588-7761





맨체스터의 배달부

뛰어가지는 못하지만
쉬지 않고 갑니다.

사진 Christopher Furlong/Getty Images

영국 맨체스터 거리에 로봇 배달부가 등장했다. 영국의 스타트업 스타십 테크놀로지(Starship Technologies)가 슈퍼마켓 체인인 코-옵(Co-Op)과 협력해 만든 이 로봇은 바퀴 6개에 12개의 카메라, 기타 센서를 장착하고 있다.

사람의 보행 속도와 같은 속도로 움직이며, 장애물을 피해 가고, 횡단보도에서는 기다렸다 건널 줄도 안다. 알람 장치가 되어 있으며, 그냥 들고 가기에는 너무 무거워서 도둑이 쉽게 건드리지 못하도록 만들었다.

스타십과 코-옵은 연말까지 500대의 로봇 배달부를 투입할 계획이다. 📍



Barry Eichengreen

AI 전쟁에서의 승자와 패자

승패는 아직 명확하게 가려진 게 아니다.

사진 SHUTTERSTOCK

금융 저널리스트인 제인 브라이언트 쿤이 언젠가 말했듯이 예측의 제1 원칙은 이것이다. 어떤 일이 일어날 거라고 하거나 언제쯤 변화가 있을 거라고 하는 것은 괜찮다. 그러나 절대로 언제 어떤 일이 일어날 거라고는 하지 말라.

그러나 그녀의 충고를 충실히 따르는 예언을 하나 해보자. 챗GPT와 같은 생성형 AI는 경제에 혁명적 변화를 일으킬 것이다. 다만 그게 언제가 될지는 알 수 없다. 어떤 분야가 그리 될지도 알 수 없다. 생성형 AI에 관해 봇물이 터진 것처럼 코멘트가 쏟아지고 있지만, 어떤 나라가 이익을 보고, 어떤 나라가 그렇지 않을지에 대한 이야기도 별로 없다.

이 분야에 관한 한 선두주자인 미국이 경제적 영향력을 더욱 키우게 될까? 수출주도형 공업화로 경제 성장을 이룩했던 개발도상국의 전통적인 경제 전략은 AI에 기반한 로봇 군단 때문에 종말을 맞게 될까? '서비스 부문 확장'이라는

성장 전략을 구사하고 있는 인도와 필리핀은 생성형 AI가 코드 기술자를, 챗봇이 콜센터 상담원을 대체하는 바람에 자기들의 전략에 차질이 생겼다는 사실을 인정하게 될까?

미국은 대규모 언어 모델(LLMs) 개발에서 확실히 우위를 점하고 있다. 이런 프로젝트는 돈이 많은 벤처 캐피털 산업이 매개가 되어 활발하게 전개되는 산학 협동이 있어야 가능하다. 챗GPT가 미국, 그것도 실리콘 벨리에서 나온 것은 우연이 아니다.

이전의 산업 기술은 선도국가의 경제적, 지정학적 우위를 더욱 강화하는 역할을 했다. 매튜 볼튼과 제임스 와트가 상업화한 증기기관은 대영제국이 최초의 산업국가로 군림하고 그 해군이 대양을 지배하던 반세기 동안의 시대를 상징하는 발명품이었다. 영국과 다른 선진국의 공업 제품이 시장을 지배할 때 중국과 인도의 수공업품은 경쟁력을 잃었으며, 그 나라들의 1인당 국민소득도 정체되거나 오히려 하락했다.

하지만 선두주자의 이점은 과대평가될 때도 있다. 위세가 당당했던 영국은 결국 19세기 말에 1인당 국민소득에서 미국에게 추월을 허용하면서 선두 자리

를 내주어야 했다. 그리고 보다 최근 사례를 들자면 최초로 웹 브라우저를 선보인 넷스케이프가 초기의 우위를 지키지 못하고 마이크로소프트의 인터넷 익스플로러와 다른 경쟁자에게 밀려난 경우도 있다.

오늘날의 중국은 옛날의 마이크로소프트와 같이 엄청난 돈을 갖고 있다. 중국은 연구 개발에 미국과 거의 비슷하게 많은 돈을 쓴다. 중국의 지도자는 인민대표회의에서 연구 개발 분야의 공공 지출에 대한 저항을 극복하기 위해 용을 쓸 필요가 전혀 없다. 그냥 하고 싶은 대로 하면 되는 것이다. 중국에서는 대규모 언어 모델을 도입하는 데 따르는 프라이버시 침해 문제 따위는 고려 대상이 아니다.

이런 상황과 유럽을 비교해 보자. 올해 초 이탈리아는 잠정적으로 챗GPT가 사용자의 피드백으로 훈련하거나 사용자 정보를 타인에게 공개하는 것을 금지했다. 이어서 EU 집행위원회는 AI 활용에 대한 규칙과 규제를 한 보따리 내놓았다.

EU 집행위원회는 교육, 보건, 개인 정보 등 분야에서의 AI 활용에 대해서 엄격한 전제조건을 달아야 한다고 본다. AI에 관한 한 마치 무법의 서부시대 같은 미국이나 프라이버시를 경시하고 중

양집중식 보안 정책을 구사하는 중국에 비해 제약이 많은 유럽이 AI 기술 개발에서 속도를 내지 못할 것이 분명하다.

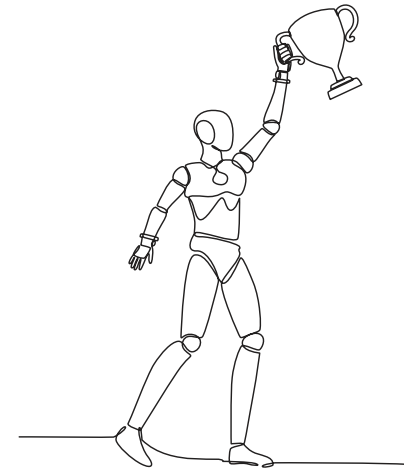
개도국에도 기회는 있다

그러나 다른 한편으로 본다면 무엇이 허용되는가, 어떤 조건이 따르는가 등에 대해 명확하게 규정해 두는 것이 유럽의 개발자 간 상호 협력을 더 수월하게 만들 수도 있다. 공통의 단일한 규칙에 따라 작업하게 되므로 각자의 작업 결과도 공통의 기반을 가지게 되고 그럼으로써 더 효과적인 상호 협력을 유도할 수 있을 것이다.

미국에서보다 유럽에서 휴대폰 보급이 훨씬 빨랐던 것을 상기해 보라. 노키아가 선두주자가 될 수 있었던 이유 중의 하나는 미국이 호환성이 없는 여러 가지 뒤죽박죽인 기준에 매어 있었던 반면 유럽은 휴대폰 네트워크를 위한 공통의 2G 표준을 일찌감치 정립했기 때문이다.

개발도상국은 이번 AI 개발 경쟁에서 상당한 약점을 가진 것처럼 보인다. 또한 풍부한 저임금 노동력이라는 기존의 경

쟁우위를 잃어버릴지도 모른다. 그러나 이런 나라도 AI 관련해 희망이 없는 것은 아니다. 케냐의 '아폴로 농업'(Apollo Agriculture) 같은 회사는 영세한 농부에



경제 발전에 관해서라면 약간의 독해력과 계산력만 더해져도 훨씬 큰 결실을 기대할 수 있다.

게 맞춤형 영농 정보를 제공하기 위해 머신 러닝과 위성 이미지 기술을 쓴다. AI는 또한 경제 발전을 가로막는 기술적, 금융적 장애를 줄이는 데 활용될 수도 있다. 예를 들어, 은행 지점이나 대출 전문가가 없어도 AI를 써서 대출 리스크를 계산할 수 있다면 P2P 대출 플랫폼 운영이나 창업 대출 조건 완화에 큰 도움이 될 것이다.

그러나 경제 발전은 다른 무엇보다도 더 인적 자원의 발전, 즉 인적 자본의 축적에 의존한다. 개도국이 전통적 방식의 교육을 진흥하기에는 재정적 자원이 너무 부족한 상황에 처해 있을 때 AI가 구원의 실마리가 될 수도 있다. 교사가 부족할 때도 학생에게 적절한 맞춤형 지도를 제공할 수 있는 개인교사로서 AI를 활용할 수 있을 것이다. 경제 발전에 관해서라면 약간의 독해력과 계산력만 더해져도 훨씬 큰 결실을 기대할 수 있다.

역사를 돌아보면 기술적 변화는 항상 승자와 패자를 낳았다. 하지만 지난 시대의 기술과 마찬가지로 AI가 패자보다 승자를 더 많이 낳지 말라는 법은 없다. 🌐



배리 아이켄그린(Barry Eichengreen)
캘리포니아 대학교 버클리 캠퍼스 경제학 교수. 국제 통화제도 전문가. 저서에 "황금 족쇄", "달러제국의 몰락" 등.



마크 레빈슨
경제학자 겸 역사가

“제4차 세계화는 ‘컨테이너 박스’ 너머에서 이루어질 것이다”

세계화는 끝났는가? 아니면 새로운 형태의 세계화를 향해 나아가고 있는가?
그 변화를 이끄는 힘은 무엇인가?

인터뷰 최준영(법무법인 율촌 전문위원) 사진 SHUTTERSTOCK

Is globalization a historical trend that depends on the intentions of the great powers? It seems that globalization was possible at that time as the strongest countries, such as Britain and the United States, changed their perception.

Globalization has gone through several phases. The interests of the great powers are one cause. Globalization of trade and investment emerged around 1830, for example, because Great Britain moved away from its previous belief that only exports mattered and accepted that importing could bring economic and political benefits as well. A second phase of globalization developed after World War II partly because the United States and other countries thought that more open markets would increase economic growth and strengthen alliances against the Soviet Union. But much of the impetus for globalization has come from the actions of individual companies trying to increase their profits. There was no government policy in any country to develop the global manufacturing supply chains that came into being in the late 1980s. These were the result of company managers recognizing that cheaper shipping, telecommunications, and computing made it possible to organize their supply chains in new ways. No government told them to do this.

In the 1970s and 1980s, because of Japanese companies' entry into the U.S. and Europe, the market experienced a great shock and major changes occurred in the industrial and social structure of many countries. China's entry into the market, which has been in full swing since 2001, is proceeding in a similar way. I wonder which side you think is causing greater change and impact, and why.

China's entry into the U.S. and European markets brought far more dislocation than Japan's international expansion during the 1970s and 1980s. China not only developed a much wider range of export industries than Japan did, but the national and regional governments deliberately used subsidies to create massive overcapacity in many industries, driving down prices around the world and forcing foreign competitors out of many product markets. Just to give you an example, China

세계의 흐름이 달라지고 있다. 영국의 브렉시트, 미국의 리쇼어링, 미중 무역분쟁으로 인한 글로벌 무역 축소 등, 우리가 알던 세계화가 막을 내리고 있다. 우리가 당연시해 오던 세계화의 흐름이 어디에서, 어떻게 시작되어, 어떻게 변화하고 있는지 돌아볼 시점이다. 그래야 모두가 궁금해하는 미래를 예측하고 새로운 기회를 찾을 수 있기 때문이다. 그래서 “세계화의 종말과 새로운 시작”(Outside the Box)의 저자인 마크 레빈슨을 만났다. 책 속에 담긴, 지난 200년간 진행된 세계화의 흐름에 대한 통찰을 볼 때, 그는 우리가 가진 궁금증을 해결해 줄 최적의 인물이라고 볼 수 있다.

결국 세계화라는 것은 강대국의 의도가 반영되는 역사적 흐름으로 볼 수 있을까? 세계화는 영국, 미국과 같은 해당 시기의 최강대국이 이익에 대한 인식을 전환했기에 가능했던 것 같다.

역사적으로 세계화는 여러 단계를 거쳤다. 강대국들의 의도와 이익은 세계화를 가져온 원인 가운데 하나이다. 예를 들어, 수출만이 중요하다는 이전의 믿음에서 벗어나 수입도 경제적, 정치적 이익을 가져올 수 있다는 것을 영국이 받아들였기 때문에 1830년경 무역과 투자의 세계화가 나타났다. 세계화의 두 번째 단계는 부분적으로 2차 세계대전 이후에 시작되었는데 그 이유는 미국과 다른 나라들이 더 많은 개방 시장이 경제 성장을 증가시키고 소련에 대항하는 동맹을 강화할 것이라고 생각했기 때문이었다.

하지만 세계화를 불러일으킨 원동력의 대부분은 이익을 증가시키려는 개별 기업의 행동에서 유래했다. 어떤 나라의 정부도 1980년대 후반에 시작된 글로벌 제조 공급망을 개발할 수 있도록 정책을 내놓은 곳이 없었다. 세계화는 저렴한 배송, 통신 및 컴퓨팅을 통해 공급망을 새로운 방식으로 구성할 수 있



마크 레빈슨(Marc Levinson)

경제학자 겸 역사가. “하버드 비즈니스 리뷰”, “월스트리트 저널”, “블룸버그” 등에서 활발한 기고 활동을 하는 경제 전문 저널리스트로 “뉴스위크” 경제 및 비즈니스 분야 선임기자, “이코노미스트” 금융 및 경제학 담당 편집자, “저널 오브 커머스” 편집장을 역임했다. 저서로는 “자유시장을 넘어”(1988), “로널드 레이건 이후”(공저, 1988), “더 박스”(2017) 등이 있다.

has no particular comparative advantage in making furniture and has to import wood to do so. Even so, the consumer price of furniture in the United States was about 15% lower in 2020 than it had been two decades earlier, due mainly to imports of subsidized furniture from China. During the same period, about half the jobs in U.S. furniture manufacturing disappeared.

Recent situations are thought to be similar to those of the 1970s, including instability in the financial system and a series of geopolitical withdrawals and weaknesses of the strongest countries. Eventually, after 10 years of chaos, we're moving on to a new order. Do you think a similar pattern will emerge this time?

In 2016 I published a book, "An Extraordinary Time," about the global economic slowdown of the 1970s and the shift toward market-oriented policies around the world in the 1980s as governments tried unsuccessfully to stimulate faster growth. Currently, movement seems to be in the opposite direction, as governments are moving away from market-oriented policies and towards state-driven industrial policies in hopes of reviving slow-growing economies.

There is a big difference, however, in geopolitical concerns. In the 1970s, the Soviet Union was considered a military threat, but did not pose a serious challenge to the global economic system. Today, however, China is attempting to expand its economic influence as well as its military influence, and in some countries this is causing an anxiety that did not exist in the 1970s.

Since the 1990s, regional FTAs represented by NAFTA have continued to be concluded. In recent years, free trade agreements tend to be signed in a wide range of regions, including the Pacific Ocean. Isn't this trend contradictory to the weakening of globalization? With political and diplomatic judgment taking precedence over economic mutual interests, can the FTAs that emerge

다는 것을 기업의 경영진이 인식하면서 파생된 결과이다. 어떤 정부도 기업들에게 세계화 관련 구체적인 지시를 내린 바가 없다.

1970~80년대, 일본 기업의 미국과 유럽 시장으로의 진출은 큰 충격을 동반했고 많은 국가들의 산업 및 사회구조에 큰 변화를 가져왔다. 2001년 이후 본격화된 중국의 진출 역시 비슷한 양상으로 진행되고 있는데 어느 쪽이 더 큰 변화와 영향을 초래하고 있다고 생각하는가? 그 이유는?

중국의 미국과 유럽 시장 진출은 1970년대와 1980년대 일본의 국제적 확장보다 훨씬 더 많은 혼란을 가져왔다. 중국은 일본보다 훨씬 더 넓은 범위의 수출 산업을 발전시켰을 뿐만 아니라 국가와 지방 정부가 의도적으로 보조금을 사용하여 많은 산업 부문에서 엄청난 과잉 생산을 야기했다. 결과적으로 전 세계적인 가격 하락을 통해 많은 시장에서 외국의 경쟁자를 몰아냈다. 예를 들어보자. 중국은 가구를 만드는 데 특별한 비교우위가 없다. 가구를 생산하기 위해서는 목재도 다른 곳에서 수입해야 한다. 그럼에도 불구하고 2020년 미국에서 판매되는 가구의 소비자 가격은 20년 전보다 약 15% 낮아졌는데, 이는 주로 중국에서 보조금을 받아 저렴한 가구를 수입했기 때문이다. 해당 시기에 미국 가구 제조업 일자리의 약 절반가량이 사라졌다.

금융 시스템의 불안, 최강대국의 잇따른 지정학적 철수와 약세 등 1970년대의 상황과 최근의 상황이 비슷하다. 1970년대에는 결국 10년간의 혼란 이후 새로운 질서로 넘어가게 되었는데 이번에도 유사한 패턴이 나타날 것으로 보는가?

2016년에 "세계 경제의 황금기는 다시 오지 않는다"(An Extraordinary Time)라는 책을 출판한 바 있는데, 1970년대 글로벌 경기가 둔화되고, 각국 정부가 보다 가파른 성장을 회복하고자 애썼지만 결국 실패하면서 전 세계가 1980년대에 들어 시장 지향적인 정책으로 전환하는 과정을 담았다. 최근 각국 정부는 침체된 경제 성장을 되살리기 위하여 종전의 시장 지향적인 정책에서 벗어나 국가 주도적인 산업 정책으로 나아가는



최근 각국 정부는 침체된 경제를 되살리기 위하여 시장 지향적인 정책에서 벗어나 국가 주도적인 산업 정책으로 나아가는 모습을 보여주고 있다.



through this process be effective?

The World Trade Organization has become less effective over time in removing trade barriers and sanctioning countries that violate trade rules. Agreements among smaller groups of countries that accept common principles are a more effective way to encourage international trade and investment at this time.

It is obviously more complicated for businesses to deal with many overlapping trade agreements, but many of these agreements have succeeded in keeping markets open and limiting the introduction of new trade barriers.

While the benefits of globalization are shallow and widely distributed, the damage and losses are concentrated in certain classes, and the negative perception of globalization is thought to have expanded. Is this why globalization is not sustainable? Otherwise, what is the decisive factor in the periodic expansion and contraction of globalization?

I don't agree that globalization is not sustainable. Since globalization first appeared almost 200 years ago, it has taken different forms; the globalization of 2023 is very different from the globalization of 1870 or 1955.

It is a characteristic of capitalism that businesses follow a trend to excess. We saw this, for example, in the dot-com bust of 2001, resulting from too much money pouring into inter-

모습을 보여주고 있다. 이러한 움직임은 과거와 반대 흐름이라고 볼 수 있다.

지정학적 측면에서도 과거와 큰 차이가 있다. 1970년대에, 소련은 군사적 위협으로 여겨졌지만, 세계 경제 시스템에 심각한 도전을 제기하지는 않았다. 그러나 오늘날 중국은 군사적 영향력뿐만 아니라 경제적 영향력을 확대하려고 시도하고 있으며, 이러한 움직임은 일부 국가에게 1970년대에는 존재하지 않았던 불안감을 야기하고 있는 것이 현실이다.

1990년대 이후 NAFTA로 대표되는 권역별 자유무역협정 체결 흐름이 이어졌다. 최근 들어서는 태평양 주변 지역 등 광범위한 지역을 대상으로 무역협정이 체결되는 경향이 있는데, 세계화의 약화와는 다른 양상이다. 경제적 상호 이익보다는 정치·외교적 판단이 우선하는 모습이다. 이러한 무역협정이 효과적일 수 있을까?

세계무역기구(WTO)는 무역 장벽을 없애고 무역 규칙을 위반하는 국가를 제재하는 역할을 제대로 수행하지 못하게 되었다. 공통의 원칙을 수용하는 소규모 국가 그룹 간의 합의로 이루어지는 자유무역협정이 현 시점에서는 WTO보다도 국제 무역과 투자를 장려하는 데 더 효과적인 방법이라고 생각한다.

기업 입장에서 보자면 복잡하고 중복된 무역 협정을 다루는 것은 분명 더 어렵고 복잡한 일이다. 하지만 이러한 무역 협정 가운데 상당수가 시장을 개방하고 새로운 무역 장벽을 막는 데 기여했다는 사실은 분명하다.



나는 세계화가 지속가능하지 않다는 의견에 동의하지 않는다.
200년 전쯤 처음 나타난 이래로, 세계화는 각 시기별로 다른 형태를 취했다.

net-related companies that did not have viable business plans, and in the financial crisis of 2008, as investors bet too heavily on securities that turned out to involve unnoticed risks.

Much the same happened with the creation of these long global supply chains: businesses focused on how much money they could save by using suppliers all over the world, and did not pay much attention to the possibility that their products would not be delivered on time. Serious problems have caused manufacturers and retailers to focus more carefully on supply-chain risk, and this is contributing to slower growth of international trade.

Do you think existing economic indicators such as the trade balance and current account reflect the flow of cross-border investment and production?

Economic indicators are becoming less valuable in helping us understand what is going on in the world economy. For example, when Korea exports an automobile or a refrigerator to the United States, we know the value when it arrives at the Port of Los Angeles, but we don't have a good understanding of how much of that value was added in Korea and how much

세계화의 이익은 알고 넓게 배분되는 반면, 피해와 손실은 특정 계층에 집중되면서 세계화에 대한 부정적 인식이 확대된 것 같다. 이것이 세계화가 지속되지 못하는 요인이라고 볼 수 있을까? 만약 그렇지 않다면 세계화가 주기적으로 확대와 축소를 반복하는 결정적인 요인은 무엇일까?

나는 세계화가 지속가능하지 않다는 의견에 동의하지 않는다. 200년 전쯤 처음 나타난 이래로, 세계화는 각 시기별로 다른 형태를 취했다. 2023년의 세계화는 1870년이나 1955년의 세계화와는 매우 다르다. 다만 기업이 과도할 정도로 특정한 경향을 따르는 것은 자본주의의 특징임을 기억할 필요가 있다. 우리는 이러한 움직임을 2001년 닷컴버블에서 목격하 바 있다. 닷컴버블은 실행 가능한 사업 계획이 없는 인터넷 관련 기업들에 너무 많은 돈이 몰린 데서 초래되었고, 2008년 금융 위기 역시 투자자들이 리스크를 내재한 금융상품에 너무 많은 베팅을 했기 때문에 일어났다.

이러한 사태는 넓게 분포된 글로벌 공급망의 생성에서도 거의 동일하게 발생했다. 기업들은 전 세계에 분산된 공급업체를 이용함으로써 얼마나 많은 돈을 절약할 수 있는지에만 초점을 맞추고, 제품이 제 시간에 배달되지 않을 가능성에 대해서는 큰 관심을 기울이지 않았다. 이로 인해 심각한 문제들이 발생했고 제조업체와 소매업체는 공급망에 내재된 위험에 더욱 신중하고 민감하게 반응하고 있으며, 이는 국제 무역의 성장 둔화를 초래하고 있다.

originated in other countries. The official data on imports and exports of services are very poor, and they greatly understate the value of intangibles moving across borders.

Recently, the U.S. and Europe have strengthened their pattern of linking investment and markets with electric vehicles and a secondary cell. Do you think these attempts can achieve the intended results, such as fostering high-tech manufacturing, creating good jobs, and establishing a separate industrial ecosystem?

These policies can successfully promote domestic manufacturing of certain products, such as electric vehicles and semiconductors. But I think the number of jobs created will prove to be a disappointment. High-tech manufacturing is extremely capital-intensive and doesn't require many workers on the factory floor. I'm dubious about the ability to establish separate industrial ecosystems for these products in each country. For example, manufacturing a semiconductor requires dozens of different chemicals, some of them in very small quantities. It doesn't make economic sense to produce each of these chemicals in every country that makes semiconductors. There will still need to be international supply chains.

East Asia is facing rapid aging and population decline. Do you think this unprecedented phenomenon will stop the flow of economic development in East Asia? In terms of population, Africa is the only region in the world that has a growing population. So is there a possibility that the trend of globalization will change around Africa in the future?

Population decline will force East Asian countries to engage in different economic activities than they do today. It makes no sense to have a factory employing thousands of workers when workers are in short supply. This will force countries like Korea to be more involved in intangible products than in mass-produced goods. Aging populations also mean slow growth in consumption of goods. Much of the growth of goods consumption will occur in Africa — but income levels there are so low that greater demand in Africa will not make

국경을 넘나드는 투자와 제품 생산의 흐름을 무역수지와 경상수지 등 기존의 경제지표가 제대로 반영하고 있다고 보는가?

현재 사용되고 있는 많은 경제 지표는 세계 경제에서 무슨 일이 일어나고 있는지를 이해하는 데 큰 도움이 되지 않고 있다. 예를 들어 한국이 미국에 자동차나 냉장고를 수출할 때 로스앤젤레스항에 도착했을 때의 가치는 알 수 있지만, 한국에서 해당 제품의 가치가 얼마나 추가됐는지, 다른 나라에서 유래된 가치의 비중은 얼마인지에 대해서는 기존 지표를 통해 이해하기 어렵다. 서비스 수출입에 대한 공식 데이터는 매우 빈약하며, 국경을 넘어 이동하는 무형의 가치가 크게 과소평가되고 있다.

최근 미국과 유럽 등은 전기자동차 및 2차전지와 관련하여 투자와 시장을 연계하는 패턴을 강화하고 있다. 이러한 시도가 첨단 제조업의 육성, 좋은 일자리 창출 그리고 별도의 산업생태계 구축 등 의도한 성과를 거둘 수 있다고 보는가?

이러한 정책은 전기 자동차나 반도체와 같은 특정 제품의 국내 생산을 성공적으로 촉진할 수 있다. 하지만 창출되는 일자리의 수가 실망스러운 수준에 불과하다는 사실을 곧 깨닫게 될 것이다. 첨단 기술 제조는 자본 집약적이며 공장 현장에서 많은 인력을 필요로 하지 않는다. 따라서 이 제품들에 대해 각 나라별로 별도의 산업 생태계를 구축할 가능성은 희박하다. 가령, 반도체를 제조하는 데는 수십 가지의 다른 화학 물질이 필요하며, 그중 일부는 극소량만 필요로 한다. 반도체를 만드는 모든 나라에서 이런 화학물질을 각각 생산하는 것은 경제적으로 합리적이지 않다. 여전히 국제적인 공급망이 필요할 것으로 본다.

동아시아 지역은 급속한 고령화와 인구 감소에 직면하고 있다. 이 같은 유례없는 현상이 동아시아 경제발전의 흐름을 저해할 수 있을까? 인구는 측면만 보면 세계에서 유일하게 인구가 증가하는 지역은 아프리카이다. 향후 세계화의 흐름이 아프리카를 중심으로 변화할 가능성에 대해 묻고 싶다.

인구 감소로 인해 동아시아 국가들은 오늘날과는 다른 경제 활동을 하게 될 것이다. 노동자가 부족한 상황에서 공장에서 수천 명의 노동자를 고용하는 모습을 기대하기란 어렵다. 따라서 한국과 같은 나라들은 대량 생산된 상품보다 무형의 상품에 관련된 산업을 성장시키게 될 것이다. 고령화는 또한 상품 소비의 더딘 성장을 의미한다. 상품 소비 증가의 대부분은 아프

up for weaker demand in East Asia and Europe over the next few years.

In the flow of globalization, Korea has grown rapidly in particular areas, creating large production facilities in particular areas through maritime transport networks. The recent separation of the market is considered to be quite disadvantageous to Korea. I'm curious about your opinion on this.

Korea's economy relies too heavily on manufacturing. I expect demand for goods to be weak because of population aging and technological change, and this means that goods trade will grow more slowly than the world economy in the coming years. Most of the world's economic growth will involve services and intangible products, and Korea will need to reorient its economy in that direction.

The original title of this book is "Outside the Box." It means that we need to go beyond the manufacturing-based globalization led by container boxes, but what is outside the box? We want to know what are the keywords of the new fourth globalization?

The English title of my book is "Outside the Box." In part, this was intended to remind readers of "The Box," my earlier book about how the shipping container made globalization possible. But it also emphasizes my view that the emerging fourth phase of globalization will have more to do with exchanging ideas than with shipping goods.

International trade in manufactured goods accounts for a declining share of the world's economic output, and I expect this trend to continue. Meanwhile, the movement of information and data across borders is becoming ever more intense. When a company's engineers in different countries collaborate to improve the design of a product, or when a bank's office in Seoul cooperates with its office in Hong Kong to arrange an issue of securities, or when a designer in India develops a website for someone in the United States, this

리카에서 발생할 것이다. 하지만 아프리카의 소득 수준이 너무 낮기 때문에 향후 몇 년 동안은 아프리카의 증가한 수요가 동아시아와 유럽의 약화된 수요를 보충하지 못할 것이다.

한국은 그동안 세계화의 흐름 속에서 특정 지역에 대규모 생산설비를 구축하고 전 세계에서 원자재와 부품을 조달해 제품을 생산하고 다시 이것을 해상 운송망을 통해 세계에 판매하는 효과적인 규모의 경제를 통해 급속히 성장해 왔다. 최근 진행되고 있는 시장의 분리 상황은 한국에게 상당히 불리하다고 여겨지는데 어떻게 보는가?

한국의 경제는 제조업에 너무 많이 의존하고 있다. 세계적으로 인구 고령화와 기술 변화로 인해 상품에 대한 수요가 약화될 것이다. 이는 상품 무역이 앞으로 세계 경제보다 더 느리게 성장할 것이라는 의미가 된다. 세계 경제 성장의 대부분은 서비스와 무형 제품을 중심으로 일어날 것이고, 한국은 경제의 체질을 그 방향으로 바꿀 필요가 있다.

이번 책의 원제가 "Outside the Box"이다. 컨테이너 박스(box)를 앞세운 제조업 기반 세계화를 넘어서야 한다는 의미로 읽히는데, 상자 밖에는 무엇이 있는지 궁금하다. 그리고 새롭게 시작될 제4차 세계화의 키워드는 무엇인지 알고 싶다.

이번 책의 제목은 말 그대로 "상자 밖"이다. 독자들에게 어떻게 컨테이너 박스가 세계화를 가능하게 했는지를 다뤘던 이전 책의 제목(The Box)을 상기시키기 위한 의도도 있었다. 그리고 동시에 새롭게 부상하는 제4차 세계화는 상품의 운송보다는 아이디어를 교환하는 것과 더 관련이 있을 것이라는 내 견해를 강조하고 싶은 의도가 담겼다.

공산품의 국제 무역은 세계 경제 생산에서 그 비중이 점차 감소하고 있으며, 이러한 추세는 계속될 것이다. 한편, 국경을 넘는 정보와 데이터의 교류는 더욱 활발하고 빈번하게 이루어지고 있다. 다른 나라에 있는 특정 기업의 기술자가 상품의 디자인을 개선하기 위하여 협력하거나, 서울에 있는 은행 사무소가 홍콩에 있는 사무소와 협력하여 증권 발행을 주선하거나, 인도

➤ **새롭게 부상하는 제4차 세계화는 상품의 운송보다는 아이디어를 교환하는 것과 더 관련이 있을 것이다.**



cross-border exchange is generally not captured in official trade statistics. We have no good measures of how much of this sort of invisible trade is occurring, but it is large and growing rapidly. This is why the phrase "supply chain" is being replaced by the phrase "value chain," which reflects the fact that these international efforts to bring products to market involve the exchange of information as well as physical goods. "Intangibles" is another keyword of this globalization, in which much of the cross-border activity involves things we cannot see or touch.

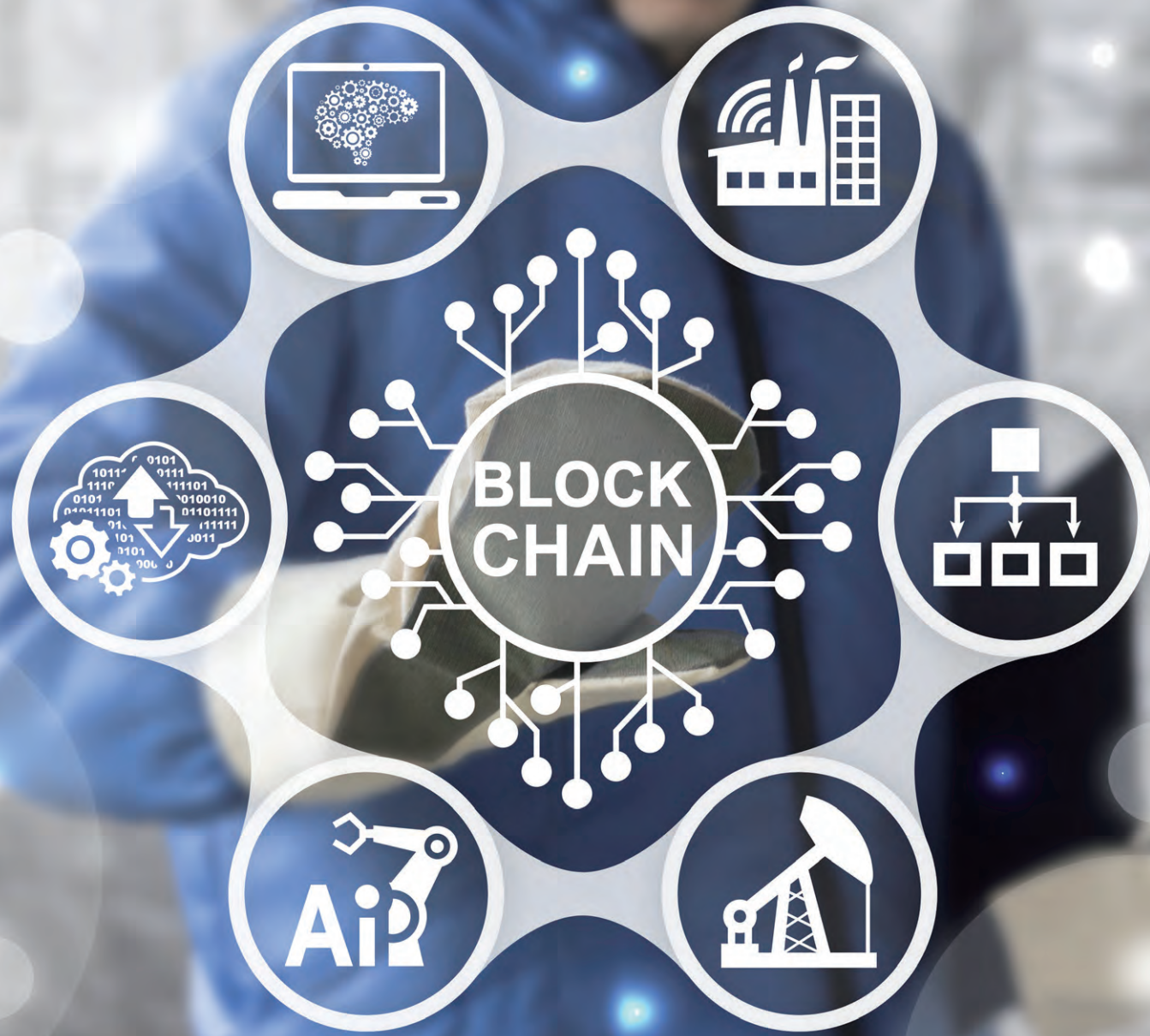
And when you look at those keywords, which countries are the most competitive that investors should be looking at?

I don't have a recommendation about what countries investors should look at. But I do believe that countries' comparative advantage in the fourth globalization will depend not only on a workforce with good technical skills, but also on strong communications infrastructure and an open environment for exchanging ideas. A number of countries have attempted to control the flow of information through the internet by restricting discussion of certain topics, limiting public access to scientific, business, and economic data, and blocking foreign information sources. I believe countries that pursue these sorts of strategies will lose competitiveness in the global economy.

에 있는 디자이너가 미국 클라이언트를 위해 웹사이트를 개발할 때, 이 국경을 넘는 가치의 교환은 일반적으로 공식적인 무역 통계에 잡히지 않는다. 이런 종류의 보이지 않는 무역이 어느 정도 규모인지를 측정할 적절한 지표는 없지만, 매우 크고 빠른 속도로 성장하고 있음은 분명하다. '공급망'이라는 표현이 '가치 사슬'이라는 표현으로 대체되고 있는 이유이다. 가치사슬이라는 표현은 제품을 시장에 내놓기 위한 이러한 국제적인 노력이 물리적인 상품뿐만 아니라 정보의 교환을 수반한다는 사실을 반영하는 용어다. 이러한 세계화를 볼 때 뽑을 수 있는 또 다른 키워드는 바로 '무형'이다. 국경을 초월한 활동의 많은 부분이 우리가 보거나 만질 수 없는 것을 포함하고 있다.

그리고 그 키워드에 주목해 볼 때, 투자자가 가장 먼저 눈여겨보아야 할 경쟁력을 지닌 나라는 어디인가?

나는 투자자가 어떤 나라를 봐야 하는지를 추천할 능력은 없다. 하지만 4차 세계화에서는 우수한 기술력을 가진 인력을 확보하고 있을 뿐 아니라, 강력한 통신 인프라를 구축하고, 아이디어를 자유롭게 교환할 수 있는 개방적인 환경을 가지고 있는 나라가 경쟁우위를 가지고 있다고 생각한다. 많은 국가들이 특정 주제에 대한 토론을 제한하고, 과학, 비즈니스 및 경제 데이터에 대한 대중의 접근을 제한하며, 외국 출처의 정보를 차단함으로써 인터넷을 통한 정보 흐름을 통제하려고 한다. 이러한 전략을 추구하는 국가는 필연적으로 세계 경제에서 경쟁력을 잃게 될 것이다. 📍



디지털 기술이 금융과
데이터 세상의 문법을 바꾼다

핀테크, 블록 체인 & WEB 3.0

디지털 혁신 기술을 빠르게 흡수하면서, 금융 서비스와 데이터 산업이 선제적으로 변하고 있다. 그 대표적 영역인 핀테크와 블록 체인, Web 3.0을 통해 다가올 미래, 새롭게 추구되는 가치를 살펴보고자 하자.

글 Global X 리서치 사진 SHUTTERSTOCK

세상의 변화를 설명하는 데는 장문의 설명보다도 적절한 차트 하나가 더욱 효과적일 수 있다. Global X는 월스트리트 저널과 협업하여 우리 사회의 패러다임을 전환시킬 수 있는 다양한 장단기적 트렌드를 차트로 시각화했다.

이렇게 만들어진 'CHARTING DISRUPTION'은 인터랙티브 형식으로 투자자에게 보다 생생하게 혁신에 대한 인사이트를 제공한다. 오른쪽 QR을 통해 접속 가능하다.

Global X가 뽑은 2023년 4개의 혁신 테마는 다음과 같다. 이번 호는 그 두 번째로 핀테크, 블록 체인 그리고 웹 3.0을 살펴보고자 한다.

1. A Greener Economy(친환경 / 그린경제)
2. Fintech, Blockchain & Web 3(핀테크, 블록체인 및 웹 3.0)
3. Personalized Medicine(의료의 개인화)
4. Experiential Technology(체험기술)

CHARTING DISRUPTION



GLOBAL X

Global X는 전 세계 ETF 시장의 70% 이상을 차지하는 미국에서 라이징 스타로 주목받는 대표적 ETF운용사 가운데 하나로, 2008년 설립되었다. '평범한 ETF를 넘어서(Beyond Ordinary ETF)'란 모토 아래, 로봇 및 인공지능 종목에 투자하는 BOTZ ETF, 빠르게 성장하는 클라우드 산업에 투자하는 CLOU ETF 등 테마형, 인컴형, 액티브 채권형으로 다양하게 차별화된 상품을 공급하고 있으며, 2022년 말 기준 405억 달러의 자산을 운용하고 있다.

Theme 1 돈의 미래가 달라진다, 핀테크

① 기존 은행업의 비즈니스 모델은 지역이 한정되어 있고, 지점을 유지하는 데 임대료, 인건비, 시스템 유지비 등 많은 비용을 들여왔다. 이러한 가운데 자연스럽게 디지털 은행이 전통 은행을 대체하고 있다. 미국의 많은 은행이 지점 수를 줄이고 있는 와중에, 사회의 주류로 자리잡고 있는 MZ세대 4명 가운데 3명 이상은 물리적인 은행지점이 없어지고 모바일화, 디지털화가 진행될 것으로 예상했다.

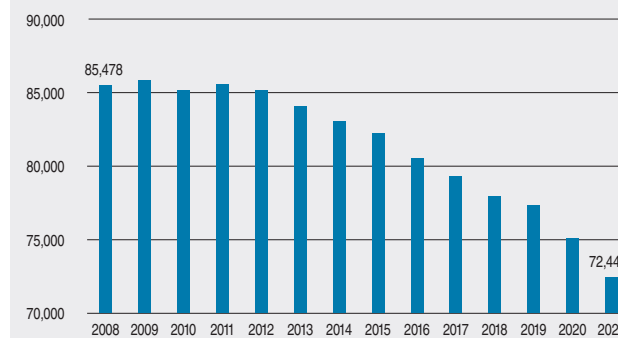
② 예상치에 따르면 2021년 미국 내 디지털 뱅킹 서비스(모바일

뱅킹, 온라인 뱅킹 등)의 보급률은 11.4% 수준이었는데 2025년에는 19.9%로 두 배 가까이 증가할 것으로 봤다. 코로나를 겪으면서 실제로 이 보급률은 더욱 늘어났을 것이라 예상된다.

③ 은행계좌를 가진 인구는 10년간 꾸준히 증가했으나 여전히 14억 명의 성인이 은행 계좌를 보유하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 이는 기존 은행업이 지닌 지리적·물리적 한계를 의미한다. 이러한 가운데 잠재적 모바일 뱅킹 서비스 이용자인 스마트폰 인구는 지속적으로 증가하고 있으며 2024년에는 70억 명을 돌파할 것으로 보인다. 스마트폰의 확장은 결국 디지털

① 미국 은행 지점 수

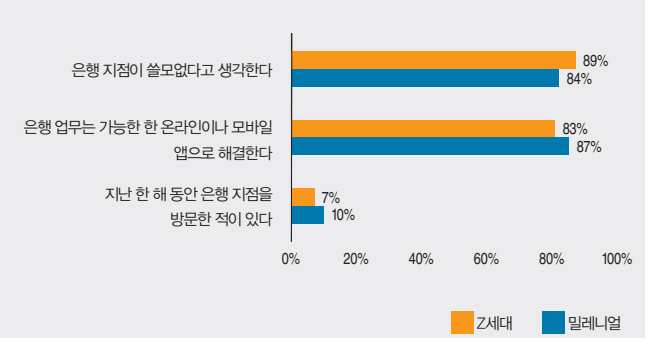
미국 은행들은 지점 수를 줄이고 테크놀로지 서비스 제공업체에 운영을 맡김으로써 비용을 절감하는 추세



자료: Federal Deposit Insurance Corporation, n.d.

대인은행업에 대한 일반적인 설문조사

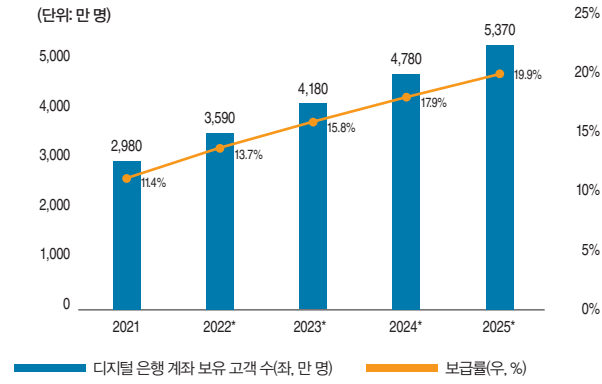
디지털 뱅킹 선호도: 미국인 네 명 중 세 명, 특히 MZ세대의 대다수가 디지털 뱅킹을 선호



자료: Lightico(2021), DeMarco, Shepard, & White(2021)

② 미국 내 디지털 전용 은행 계좌 보유 고객 수

2025년까지 디지털 뱅킹 서비스의 보급률은 2배로 증가할 것



자료: Magana & Dyke, 2021. * 추정치

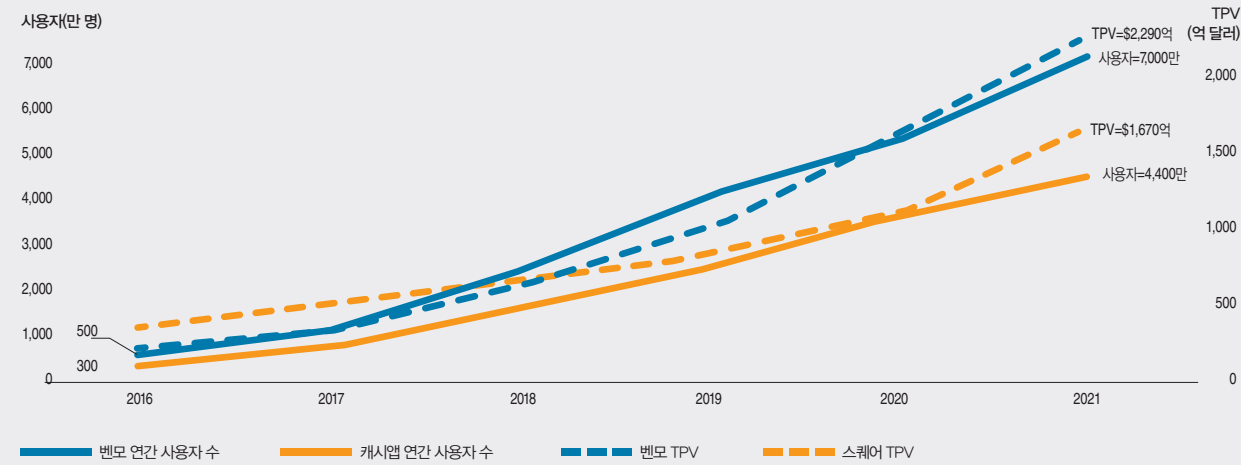
뱅크의 확장으로 이어지게 될 것이다.

④ 디지털 금융을 선도하고 있는 핀테크 기업들은 기존 금융기관에 비해 더욱 저렴한 비용으로 고객을 유치할 수 있다. P2P 결제 및 디지털 지급 상품을 공급하는 스퀘어(Square)의 캐시 앱(CashApp)의 경우 1인당 고객 유치비용이 약 10달러로 기존 은행의 300~600달러 대비 파격적으로 낮다.

2016~2021년 5년 사이 캐시앱과 또 다른 핀테크 업체인 벤모(Venmo)의 사용자 수는 무려 11~14배 넘게 성장했다. 총 결제 대금(TPV, Total Payment Volume)도 3~10배 가까이 증가했다. 사용자 수와 거래량이 크게 증가할 수 있었던 이유는 편리성과 낮은 수수료 때문이다.

④ 벤모와 캐시앱의 연간 유저 수와 총 결제 금액(TPV)

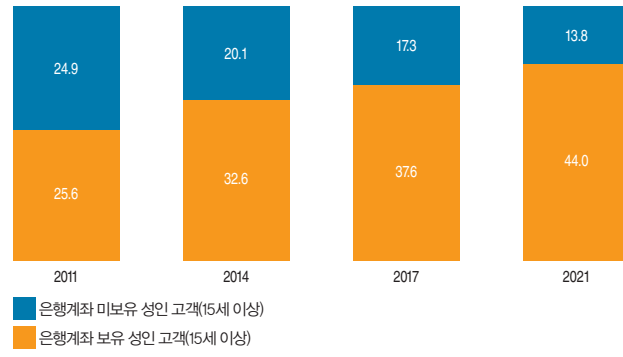
출시 이후 캐시앱과 벤모가 유저 수와 거래량을 급증시킬 수 있었던 가장 큰 이유는 편리함



Sources: Curry, 2022a; Curry, 2022b

③ 전 세계 계좌 보유 성인 고객 vs 미보유 성인 고객(억 명)

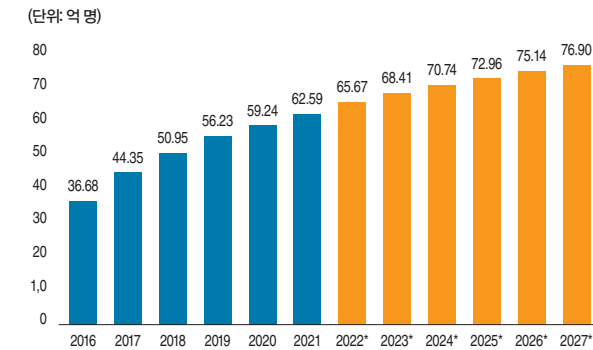
은행계좌를 가진 전 세계 인구 비중은 최근 10년간 유의미한 증가세를 보이고 있으나, 여전히 14억 명의 성인이 은행 계좌 미보유



자료: Kunt, Klapper, Singer, & Ansar, 2022

글로벌 스마트폰 사용 인구

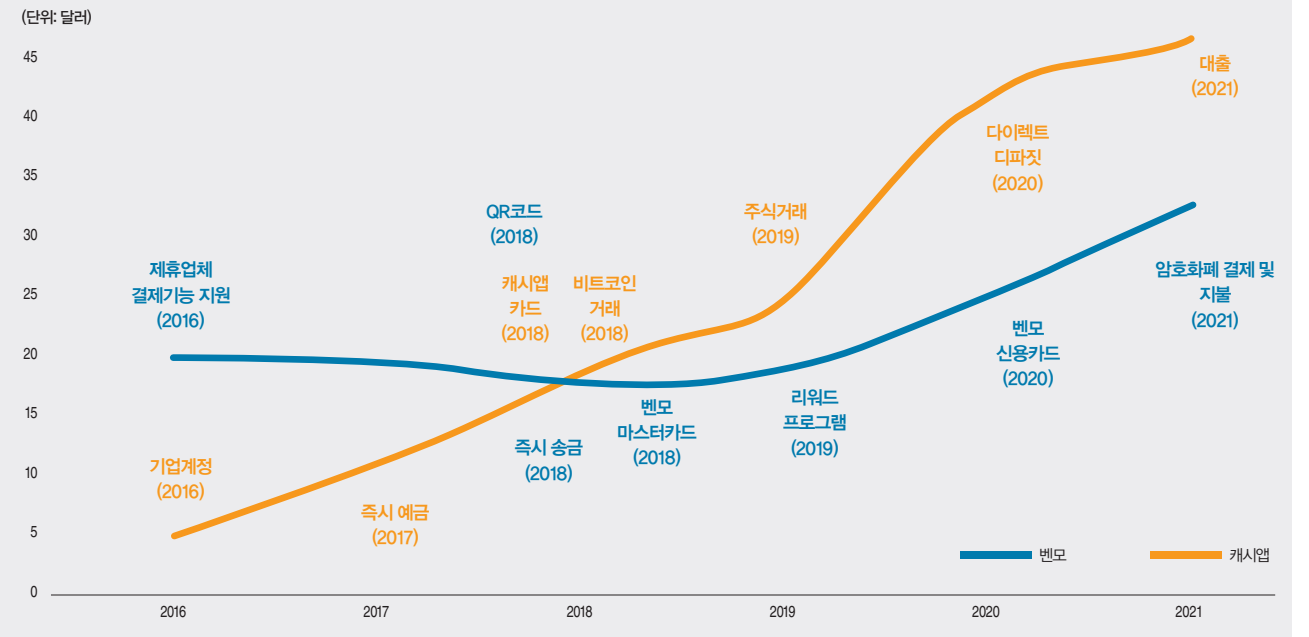
글로벌 스마트폰 사용 인구 증가세는 모바일 뱅킹이 금융서비스의 접근성을 기하급수적으로 높일 수 있다는 것을 증명



자료: Ericsson, n.d. * 추정치

⑤ 캐시앱의 유저당 총이익과 벤모의 유저당 평균 매출 추이

새로운 기능이나 상품은 캐시앱의 유저당 총이익과 벤모의 평균 매출을 올리는 데 기여하는 중



자료: Curry(2022a), Curry(2022b), Cash App(2022), PayPal(2022)

⑤ 급속하게 고객을 늘리면서 이들은 송금 서비스뿐 아니라 신용결제업무, 대출, 암호화폐 결제 및 지불까지 빠르게 사업을 확장하고 있다. 빠른 시장 장악력을 통해 이제는 규모의 경제가 실현되는 중이다.

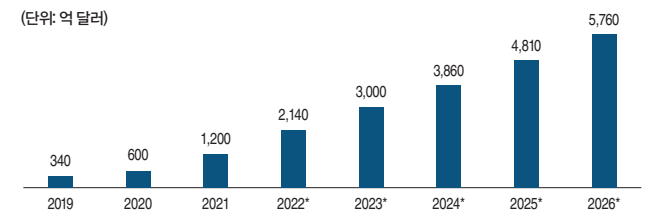
⑥ 최근 떠오르는 디지털 기반 대출은 기존 대출산업을 파괴하는 중이다. 특히 후불결제방식(Buy Now Pay later, BNPL)은 기존 대출 시 필요했던 신용기록 체크보다는 온라인으로 조회 가능한 거래, 결제 내역, 연봉 정보 등을 기반으로 거래가 이루어진다. 실제 애플의 후불결제 시스템(Apple Pay Later)은 애플페이(Apple Pay)와 통합될 예정인데, 현재 애플 페이 유저 수가 5억 700만 명이라는 점을 감안하면 후불결제시스템은 빠르게 성장할 것으로 예상된다.

전 세계 후불결제 거래액은 2019년 340억 달러에서 2021년 1,200억 달러로 2년간 4배 성장하였는데 2026년에는 17배 가까이 증가할 것으로 보고 있다.

⑦ 이렇게 핀테크 기업은 결제시스템, 디지털 뱅킹, 대출, 주식/암호화폐 거래 등 다양한 상품을 통해 시장을 확대하면서 이윤을 추구하고 있다. 핀테크 시장의 수수료 규모는 2021년 기준 대략 1.4조 달러 규모에 달하는 것으로 예상된다.

⑥ 향후 전 세계 후불결제 거래액 전망

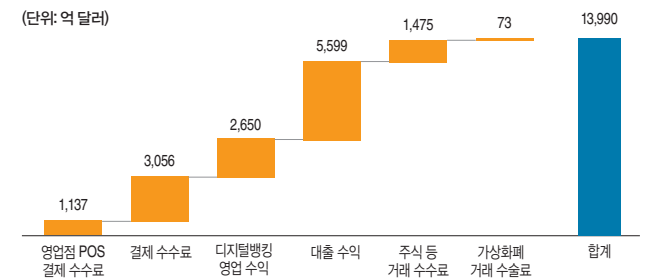
후불결제의 글로벌 거래액은 2021년에 1,200억 달러를 기록했는데, 이는 2년 동안 4배 성장한 수치



자료: Global Data(2022)

⑦ 유형별 미국 핀테크 산업의 총 가용 시장

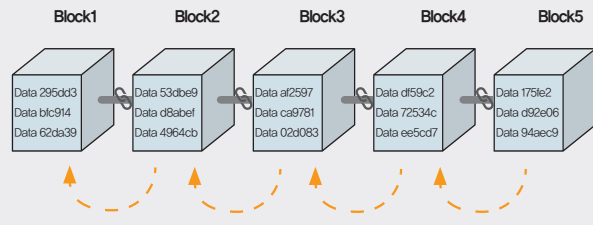
미국의 주요 핀테크 플랫폼은 기존 금융기관을 대체함으로써 최대 1.4조 달러까지의 커미션과 수수료를 받을 수 있을 것



자료: IBIS World(2022), Khatri(2021), Matthews(2022), McKinsey & Company(2021), Statista Research Department(2021), Statista Research Department(2022), Young(2022)

① 블록체인의 형태

블록체인에서 데이터는 '블록'으로 모여 다른 블록과 연결되어 체인을 형성. 체인은 새로운 블록의 형성으로 규모가 커짐



비트코인의 기초

탈중앙화된 P2P 네트워크

전 세계적으로 최초의 투명하고 분산되어 있으며 중앙화된 P2P 결제 네트워크의 첫 성공적 응용 사례

최소성을 유지하며 공급되는 디지털 기반의 자산

불변성을 보유한 코드에 의해 비트코인의 총 공급량이 2,100만 개를 넘지 않을 것이라고 보장

견조한 보안 메커니즘

오늘날 비트코인 네트워크의 보안은 작업 증명 시스템 (Proof-of-Work, PoW)에 따라 운영되고 있음

Theme 2. 중앙 통제를 벗어나다, 블록체인

① 블록체인은 중앙에서 관리자가 관리하는 기존의 데이터베이스와 달리 탈중앙화된 컴퓨터 네트워크 방식을 활용한다. 블록체인은 탈중앙화되어 있어 네트워크 내 누구든 조회, 접근, 업데이트가 가능한 방식이라 투명성, 접근성이 높다.

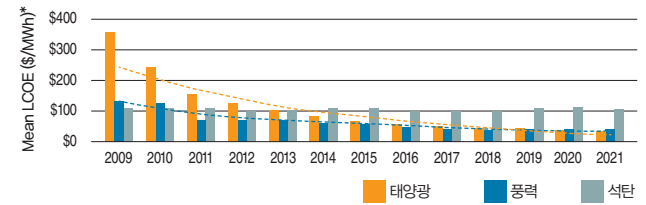
블록체인의 가장 대표적인 예가 바로 비트코인(BTC)이다. 비트코인 네트워크는 블록체인의 안전성, 불변성, 변조 방지성 등에 기반해, 탈중앙화된 네트워크에서 비트코인의 저장 및 P2P(개인간) 연결 전송을 손쉽게 실행할 수 있게 하고 있다. 비트코인은 태환 가능하고, 나눌 수 있으며 쉽게 전송이 가능하다. 2008년 세상에 선보인 이래 실제로 해킹을 당한 적이 없어 그 보안성도 신뢰할 수 있다.

② 채굴자는 컴퓨터를 활용하여 작업 증명 (Proof of Work, PoW)이라는 단순 무차별적 계산을 통해 새로운 거래 블록을 생성(채굴)하여 기존의 블록에 연결한다. 이는 네트워크를 안정

화하는 과정으로 채굴자는 비트코인을 보상으로 받게 된다. 채굴과정에서는 고성능 컴퓨터 수천 대 혹은 수만 대가 24시간 가동하면서 아주 복잡한 수학 퍼즐을 풀어나가야 한다. 이 과정에서 컴퓨터의 열기를 식히기 위한 냉방장치가 필요하고 엄청난 전력 소모가 이루어진다. 케임브리지대 연구에 따르면 비트코인 채굴에 들어가는 전력 소모량은 연 120테라와트시(TWh)로, 스웨덴의 1년 전기 사용량에 맞먹는 규모이다. 따라서 최근 비트코인 채굴에도 친환경 에너지 도입이 새로운 트렌드로 자리잡고 있다. 채굴 전력으로 기존의 화석연료보다는 신재생에너지를 활용하고 있고, 나아가 전력 사용이 적은 지분증명방식(Proof of Stake, PoS) 등이 대안으로 떠오르고 있다. 신재생 에너지 발전 비용이 점차 경쟁력을 가지는 가운데, 블록 체인 업계에도 친환경 에너지 도입은 거스를 수 없는 흐름이 될 것으로 보인다.

③ 이더리움은 비트코인 다음으로 두 번째로 큰 디지털 화폐로

② 비트코인 채굴업자에게 더욱 매력적으로 다가오고 있는 낮은 신재생에너지 발전 비용



자료: Ashraf(2022), Marathon Digital Holdings(2021), Ramirez(2022)

친환경 트렌드에 편승한 대형 채굴 기업들

기업명	위치	채굴 장비 수	채굴 전력	전력 원천
Argo Blockchain	Texas	55,000	200MW	풍력 & 태양광
Marathon Digital	Texas	100,000	280MW	풍력
Genesis Digital	Texas	미상	120+MW	풍력 & 태양광

자리잡았다. 이더리움은 고유 자산인 이더(Ether, ETH)를 통해 블록체인에서 컴퓨터 코드를 저장하고 실행시키는 플랫폼을 만들어내면서 비트코인의 혁신적인 블록체인 기술을 확장시켰는데, 이 혁신은 스마트 컨트랙트의 기반을 마련했고 탈중앙화 응용프로그램(DApp)의 기초를 마련했다. 스마트 컨트랙트는 사전 설정된 조건이 성립될 경우 자동으로 계약이 실행하게 되는 프로그램을 의미하고, 탈중앙화 앱이란 중앙 집중식 서버를 대체하여, 불특정 다수가 스마트 컨트랙트를 기반으로 참여하는 블록체인 기반 프로그램이나 서비스를 의미한다.

④ 제2, 제3의 이더리움을 표방하는 다양한 아키텍처와 스마

트 컨트랙트 블록체인 통화가 늘어가는 가운데, 스마트 컨트랙트 블록체인의 폭발적인 성장으로 다양한 종류의 서비스가 생기고 산업이 확장되고 있다. 블록체인의 성장은 결국 Web 3.0의 기반이 될 전망이다.

③ 다양한 스마트 컨트랙트 활용 사례

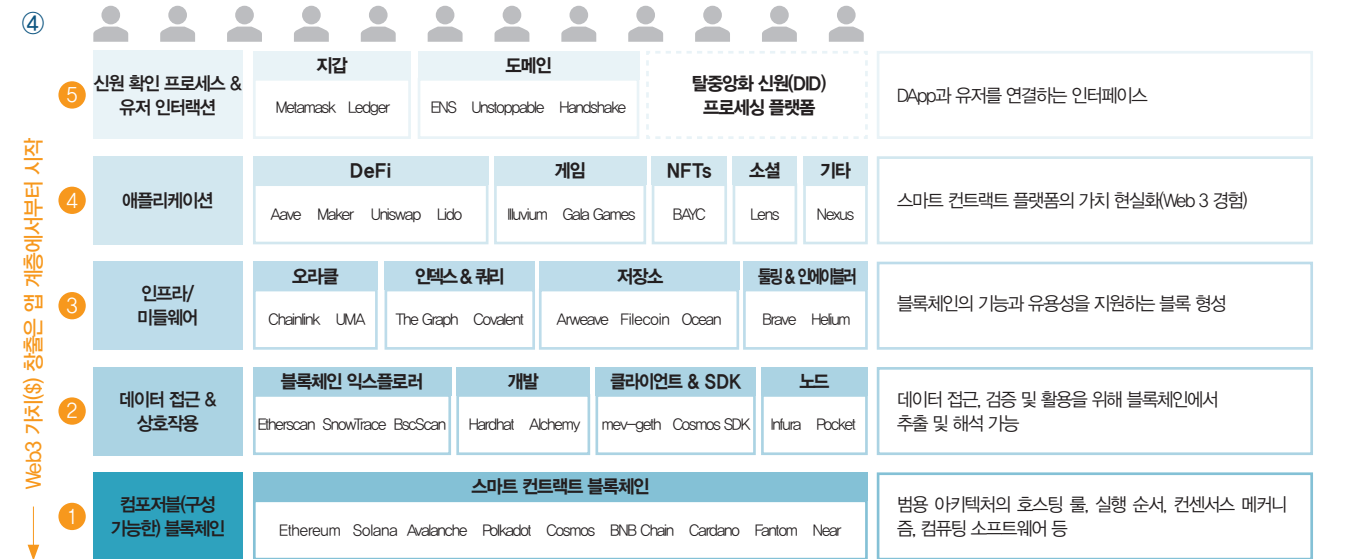
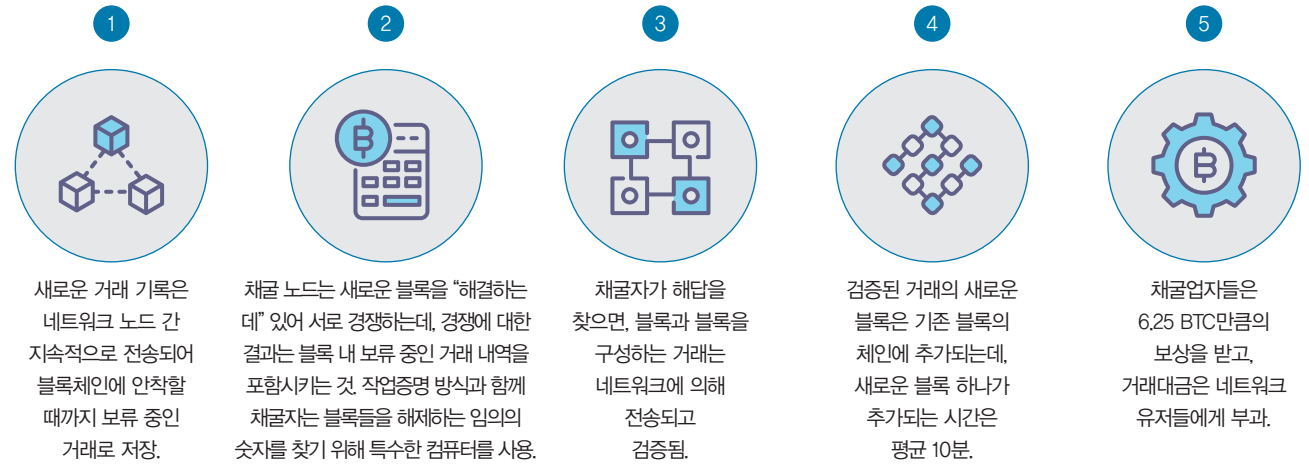
스마트 컨트랙트는 다른 컴퓨터 프로그램들이 할 수 있는 모든 것을 할 수 있어 이를 기반으로 스마트 컨트랙트 블록체인 기반의 새로운 애플리케이션들이 대거 등장 중

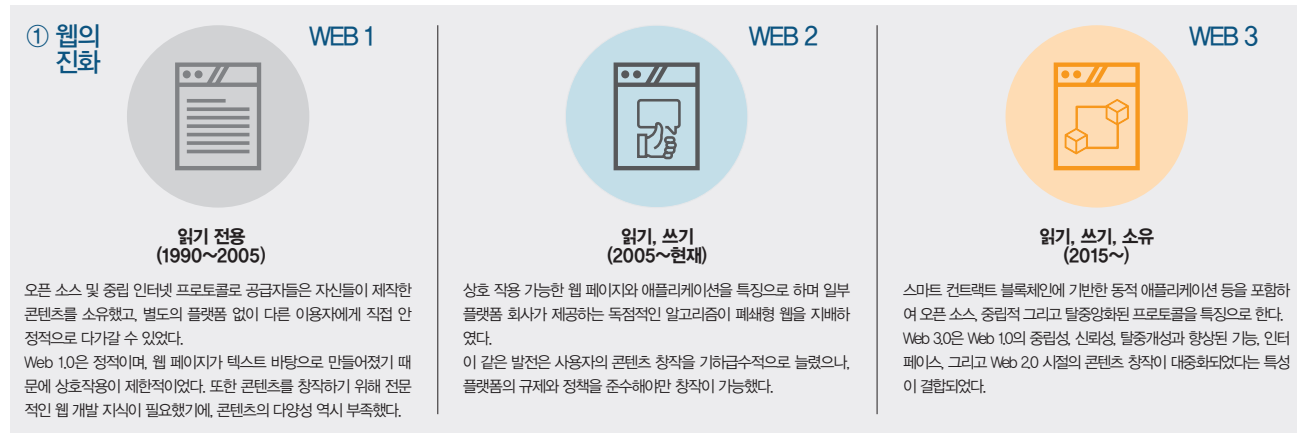


스마트 컨트랙트의 주요 특징

- DApp 생성:** 스마트 컨트랙트의 기능이 DApp에 애플리케이션 로직을 제공
- 데이터 저장:** DApp은 안전하게 기록을 저장하기 위해 블록체인 사용
- 강화된 보안:** 코드는 네트워크 전체에 공급된 불변의 장부(ledger)에 존재하며, 실패할 단 하나의 가능성을 제거
- 무실패 의존도:** 코드는 설계된 그대로 실행됨
- 비용 효율성:** 중개 매체가 없으므로 수수료가 낮음
- 속도:** 거래는 블록 타임과 사용된 블록체인 자체 규정에 따라 거의 즉각적으로 완결됨

② 비트코인 채굴 과정





Theme 3 인터넷 세계를 새롭게 정의한다, 웹 3.0

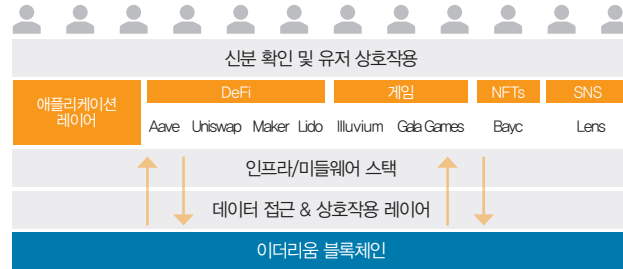
① 웹 3.0은 기존 웹 구조를 바꾸는 패러다임의 변화라고도 볼 수 있다. 블록체인과 스마트 컨트랙트 기반의 탈중앙화된 기술로 응용 프로그램 개발→이용자 확대→투자의 선순환이 진행되고 있다. 기존 중앙화된 인터넷과 달리 탈중앙화되면서 확장에 제한이 없어지고 현재보다 훨씬 많은 양의 데이터가 더 빠르게 처리될 것으로 보인다.

② 이더리움은 Web 3.0 발전에 가장 강력하게 쓰이고 있는 디지털 화폐이다. 탈중앙화 응용 프로그램 내 상호작용은 블록체인 내에 기록되며 이 과정에서 수수료가 발생하는데, 이 수수료는 이더리움으로 지급된다. 이더리움 네트워크에서는 이더리움에 대한 수요가 본질적으로 네트워크 활동과 연결되어 있고 공급은 알고리즘상 제한되어 있기 때문에 이더리움은 고유 가치 있는 디지털 화폐로 부상하고 있다.

③ 금융이 효율성과 접근성을 추구하면서 탈중앙화 금융(DeFi)산업이 성장하고 있다. 기존 금융 산업에 있던 복잡한 허가, 중재 과정이 스마트 컨트랙트를 통해 자발적인 감시로 바뀌면서 속도는 빨라지고 효율성은 배가되고 있다. 탈중앙화 금융의 성장을 기반으로 자산거래(asset exchange), 보험, 스테이킹(Staking, 보유지분에 대한 이자), 파생옵션 상품 등 다양한 영역에서 파괴적 혁신이 이뤄지고 있다.

④ 탈중앙화 금융 인프라를 유저 친화적인 핀테크 애플리케이션에 통합하면 상당한 가치를 창출할 수 있는 잠재력이 생긴다. 이와 같은 협업은 탈중앙화 금융을 통해 유저를 기하급수적으로 유입시키고 결과적으로 핀테크 플랫폼에 새로운 수익원, 운용 효율성 제고, Web 3.0 경제와 결합성 등의 경쟁력을

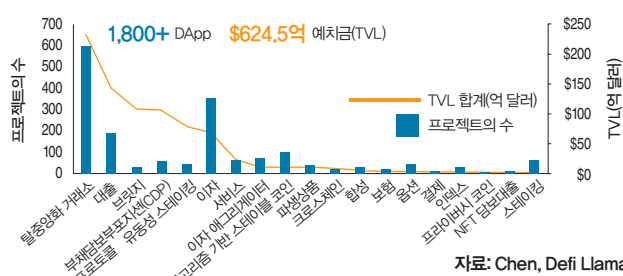
② DApp(탈중앙화 애플리케이션) 생태계를 유지하기 위해 필수적인 이더리움



이더리움은 디지털 화폐의 새로운 형태로 강력한 영향력을 제시함
돈의 효용에 의존하는 생태계와 달리 신뢰받는 교환 수단이었다던 돈은 가치 저장 수단으로 강력한 역할을 해옴. 이런 돈의 모든 역할을 이더리움이 대체하고 확장할 것

- 디지털 경제 내 계좌 단위와 교환 수단으로서 역할
- 수요와 공급을 지배하는 고유의 메커니즘으로 인한 가치 저장
- 이윤 발생과 같은 다양한 기능을 가진 자산

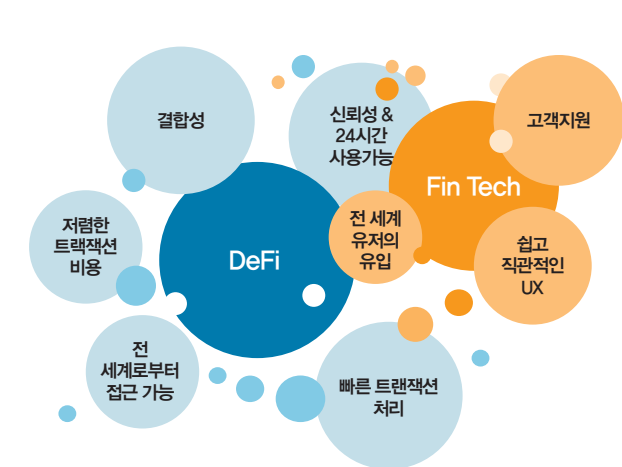
③ 새로운 블록체인 유틸리티를 호스팅하는 생태계의 확장



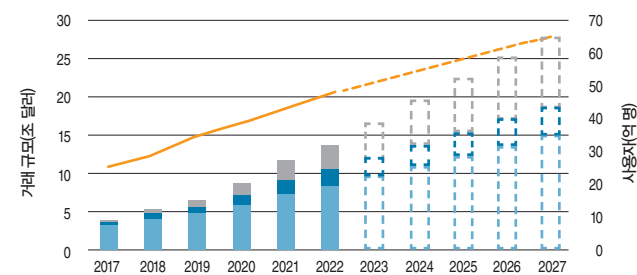
온체인 금융 인프라의 구축

스테이블 코인	USDC	DAI	FRAX	USDT
자산 거래 수단	Uniswap	Pancakeswap	Balancer	Curve
대차거래	Aave	Compound	Maker	Euler
파생 & 옵션 상품	dydx	Ribbon	GMX	Dopex
보험상품	Armor	Risk Harbor	Nexus Mutual	InsurAce
이자 보상 제공자	Yearn	TokenSets	Beefy	Badger DAO

④ 핵심역량 시너지 활용을 통한 상호 이익



핀테크: DeFi 확장을 위한 개척지



⑥ 새로운 시장 개설		토큰 표준	혁신적인 이용 사례	
	대체 가능 토큰	비 고유 단위 가치를 나타내는 암호 화폐 주요특성 • 비 고유성 • 분할 가능 • 소유주 무제한	 마일리지 토큰화 <ul style="list-style-type: none"> • 마일리지를 토큰화하고 이를 매매할 수 있는 유통 시장이 창출된다면 소비자 혜택의 본질을 바꿀 수 있다. 마일리지 프로그램의 실질 가치를 이끌어내고 이에 지속적으로 참여를 유도하는 인센티브도 발생됨. • 글로벌 마일리지 시장은 2022년 55.7억 달러에서 2029년 244.4억 달러로 성장할 것으로 전망. 	
	대체 불가능 토큰	원본성과 소유권에 대한 변하지 않는 기록을 부여하는 고유 암호 화폐 주요특성 • 고유성 • 분할 불가능 • 소유주 제한	 회원 전용 & 독점적인 NFTs <ul style="list-style-type: none"> • 멤버십 NFT는 독점 이벤트, 할인, 신상품 얼리 액세스 등의 혜택을 누릴 수 있음. • 고객들이 NFT를 벌고 팔 수 있는 기능이 있는 Polygon 기반 Web 3.0 프로그램인 스타벅스 오디세이를 출시. 이 프로그램을 통해 고객과 직원에게 몰입형 커피 경험을 제공할 수 있음. 	
증권	멤버십			
부동산	무형자산			
수집품	티켓			
마일리지	적립 포인트			

자료: Research & Markets(2022), Polygon Team(2022)



부여한다. 맥킨지는 향후 탈중앙화 금융 시장 규모가 5.5조 달러까지 성장할 것으로 보고 있다.

⑤ 실제 사례로 암호화폐 거래소인 코인베이스는 다양한 탈중앙화 금융, NFT 등의 비즈니스를 하고 있고 비자는 코인베이스 등과 협업하여 암호화폐 기반 체크카드를 출시하기도 했다. 그 외에도 스트라이프와 로빈후드 등에서 코인 결제 및 web 3.0 지갑 출시 등 다양한 사업을 추진하고 있다.

⑥ 블록체인 기술, 스마트 컨트랙트를 활용하면 모든 유형의 자산을 토큰화(화폐화)하여 유통시킬 수 있다. 일례로 비행기 마일리지를 토큰화하거나 멤버십 NFT를 발행하고, 부동산 지분을 토큰화하여 판매할 수 있다. 또한 P2E(Play to Earn)라고 하는, 게임 속 플레이어가 자산을 소유하고 시간을 현금화할 수 있게 하여 게임을 하면서 경제활동을 할 수 있는 게임 경제 시장도 새롭게 열릴 예정이다.

빅테크의 AI 방어 대전

사이버 공격에 AI가 활용될 것이 예상되면서 보안에도 AI를 활용하는 프로그램이 쏟아져 나오고 있다. 창과 방패의 싸움이 새로운 차원에 진입한 것이다.

글 김인순 사진 SHUTTERSTOCK



AI를 활용한 사이버 공격 위협이 나타나자 가장 빠르게 대응한 기업은 마이크로소프트다. 생성(generative) AI 시대에서 마이크로소프트의 행보는 마치 스타트업 같다. 다른 기업이 따라갈 수 없는 속도로 움직인다.

검색엔진 Bing에 생성 AI 기술인 챗GPT를 적용한 마이크로소프트는 3월 말 사이버 보안 분야에서도 생성 AI를 이용한 대응 솔루션 ‘시큐리티 코파일럿’

(Security Copilot)을 가장 빠르게 선보였다. 마이크로소프트는 AI개발업체 오픈AI에 투자하면서 자사 솔루션에 GPT를 빠르게 내재화하고 있는 것이다.

시큐리티 코파일럿은 오픈AI의 최신 생성 AI인 GPT-4와 마이크로소프트 사이버 보안 모델을 통합한 형태다. 마이크로소프트 시큐리티 코파일럿은 방어자가 침해를 식별하고, 매일 발생하는 엄청난 신호와 데이터를 분별할 수 있도록 설계됐다. 또한 마이크로소프트가 그동안 수집해 온 위협 인텔리전스(사이버 공격

관련 정보)에 보안 관련 기술까지 통합됐다. 이를 기반으로 보안 담당자에게 정보를 제시한다.

마이크로소프트 사이버 보안 분야는 2022년 매출이 200억 달러 규모였다. GPT-4를 사이버 보안 분야에 도입하며 새로운 전기를 마련할 것으로 보인다. AI를 적용한, 사이버 보안의 선구적인 프로그램인 만큼 이 시큐리티 코파일럿을 자세히 들여다보는 것은 우리의 현재 위치를 가늠해 볼 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.



생성 AI 시대에서 마이크로소프트의 행보는 마치 스타트업 같다. 다른 기업이 따라갈 수 없는 속도로 움직인다.

마이크로소프트 시큐리티 코파일럿

마이크로소프트 시큐리티 코파일럿은 일종의 ‘똑똑한 사이버 보안 동료의 등장’으로 보면 된다. 사용법도 간편하다.

시큐리티 코파일럿에게 오늘의 사이버 보안 위협에 대해 질문하면 된다.

“우리 조직에 발생한 보안 사고는 무엇입니까? 오늘의 보안 위협에는 어떤 것이 있습니까?”

사이버 보안 담당자는 검색창에 질문하는 것으로 보안 이슈를 바로 파악할 수 있다.

시큐리티 코파일럿은 보안 분석가를 대체하는 것이 아니라 지원하는 것에 초점을 맞췄다. 보안 전문가는 시큐리티 코파일럿을 사용해 사고 조사를 돕고 사

고 경위를 신속하게 요약하고 보고할 수 있다. 시큐리티 코파일럿에는 보안팀이 공동 작업하고 정보를 공유할 수 있는 핀보드 섹션도 들어 있어, 보안 협업에

김인순

김인순 더밀크 고문은 전자신문 ICT융합부 데스크 출신으로 20년간 보안 소프트웨어 분야를 전문적으로 취재했다. 기자회견 이달의 기자상을 두 차례 수상했으며 실리콘밸리 혁신기업을 취재한 “파괴자들 ANTI의 역습”을 집필했다.

새로운 도구로 부상할 수 있다. 공격은 언제나 수비보다 빠르다. 마이크로소프트는 GPT-4와 위협 인텔리전스를 통합해 이런 간극을 메우는 데 집중했다.

또한 시큐리티 코파일럿은 AI 속도로 대응해 조직의 사이버 위협 대응 시간을 줄이는 데 중점을 뒀다. 보안 사고는 일분 일 초를 다투며 대응해야 한다. 사고를 인지한 후 얼마나 빠르게 대응하느냐가 데이터 유출 등의 피해 규모를 줄이는 데 결정적이기 때문이다. 마이크로소프트는 코파일럿을 사용하면 보안팀이 몇 시간 혹은 며칠이 아닌 몇 분 안에 보안 사고에 대응할 수 있다고 설명했다.

시큐리티 코파일럿은 사고 조사 대응도 빠르게 지원한다. 자연어 처리 능력을 기반으로 사고 경위를 신속하게 요약해 전달한다. 시큐리티 코파일럿은 사람이

➤ **“지난 몇 년간 사이버 공격의 빈도, 정교함, 강도가 절대적으로 증가했다. 수비수가 공격의 확대를 억제할 수 있는 시간이 많지 않다. 이제 균형이 공격자 쪽으로 이동했다”**

놓치는 것도 잡아낼 수 있다고 마이크로소프트는 강조했다. 해커는 들리지 않기 위해 숨는 기술에 능숙하다. 하지만 시큐리티 코파일럿을 사용하면 해커의 은닉 기술이나 행동, 위협 신호를 보다 빠르게 감지할 수 있다. 시큐리티 코파일럿은 우선 순위가 지정된 위협이 발생했을

지 실시간으로 파악하면서 마이크로소프트 글로벌 위협 인텔리전스를 기반으로 추론을 통해 해커의 다음 행동을 예측한다. 시큐리티 코파일럿은 보안 전문가 부족 문제도 해결한다. 신입 보안팀 직원은 시큐리티 코파일럿을 통해 보안과 관련한 정보를 습득하고 기술을 높일 수 있다. 시큐리티 코파일럿은 사용자 상호 작용을 통해 지속적으로 학습하는데, 기업체의 기본 보안 수준을 분석하고 먼저 보안팀원에게 조언한다.

마이크로소프트는 시큐리티 코파일럿 시스템을 통해 고객의 보안 환경을 조화롭게 되겠지만 해당 데이터는 대규모 언어 모델 훈련에 사용되지 않는다고 강조했다. 각 기업의 민감한 데이터와 위협 정보가 공개될 수 있기 때문이다. 이러한 걱정 없이 이미 마이크로소프트 내부 엔

지니어들은 시큐리티 코파일럿을 사용해 업무를 수행하고 있다.

바수 자갈 마이크로소프트 수석 보안 부사장은 “지난 몇 년간 사이버 공격의 빈도, 정교함, 강도가 절대적으로 증가했다. 수비수가 공격의 확대를 억제할 수 있는 시간이 많지 않다. 이제 균형이 공격자 쪽으로 이동했다”라고 말했다. 그는 “시큐리티 코파일럿은 1천 개의 사이버 위협 경고를 처리한 후 중요한 두 가지 사례만 선별해 몇 초 만에 알려준다”라고 말했다.

구글의 반격, 보안 강화한 클라우드 서비스

구글은 마이크로소프트와 오픈AI 연합군에 맞서는 새로운 플랫폼을 공개했다. 구글은 2022년, 54억 달러를 들여 사이버 위협 인텔리전스 전문 기업인 맨디언트(Mandiant)를 인수했다. 맨디언트는 사이버 위협 인텔리전스 분야에서 독보적인 지위를 가진 기업이다. 마이크로소프트도 맨디언트 인수에 높은 관심을 보였다. 하지만 결국 맨디언트는 구글의 품에 안겼다.

구글은 맨디언트의 위협 인텔리전스를 클라우드에 접목해 보안 운영의 대중화를 꾀한다. 구글 클라우드 유저를 위한 특화 서비스로 만드는 것이다. 맨디언트의 정교한 사이버 위협 감지와 대응 경험을 구글 클라우드 고객에게 보다 쉽고 빠르게 전달한다. 구글은 고객에게 사고가 발생하기 전에 잠재적인 보안 문제를 찾아 검증하게 한다는 목표를 세웠다.

구글 클라우드는 지난 4월 24일에 사이버 보안을 위해 특별히 설계된 섹-팜(Sec-PaLM)으로 구동되는 보안 플랫폼 ‘구글 클라우드 시큐리티 AI 워크벤치’(Google Cloud Security AI Workbench)를 발표했다.



섹-팜은 구글이 이전에 개발한 대규모 언어 모델(LLM)인 팜(PaLM)모델을 수정한 버전으로 맨디언트의 위협 인텔리전스를 적용했다. 여기에 구글이 이전에 수집한 위협 인텔리전스 데이터까지 처리했다.

구글 클라우드 시큐리티 AI 워크벤치는 섹-팜을 사용해 보안 위협을 탐색하고, 요약해, 조치를 취하는 맨디언트의 다양한 AI 도구를 포함한다.

수닐 포티(Sunil Potti) 구글 클라우드 보안 총괄 겸 부사장은 “인프라를 생성할 때 자동으로 보안 정책, 보안 제어, 보안 설계를 생성해 주는 세상을 상상하라. 보안 운영과 관리 세계에 변혁을 불러 올 것이다”라고 말했다. 구글 클라우드 시큐리티 AI 워크벤치에는 ‘바이러스 토탈 코드 인사이트’(VirusTotal Code Insight) 기능이 포함되었는데, 이를 통해

사용자는 스크립트를 가져와 악의적인 동작을 분석할 수 있다.

레코디드 퓨처, GPT기반 사이버 보안 분석 도구 내보

보안 전문기업들도 GPT 기반 사이버 보안 분석 도구를 내놓는 데 열심이다. 위협 인텔리전스 개발 기업 레코디드 퓨처(Recorded Future)는 세계 최대 규모의 사이버 보안 행사 RSAC 2023에서 GPT 기반 사이버 보안 분석 도구를 전시했다.

레코디드 퓨처는 오픈AI GPT모델 신 경망을 기반으로 위협을 탐지하는 사이버 보안 도구 ‘레코디드 퓨처 AI’를 공개했다. 레코디드 퓨처는 이 제품에 기능 세트가 다른 6개 이상의 다른 AI 모델도 포함됐다고 밝혔다.



시큐리티 코파일럿에 파일이나 링크를 넣으면 어떤 사이버 보안 문제가 있는지 답을 해준다.



RSA 콘퍼런스 2023에서 인터뷰하고 있는 맨디언트의 CEO 케빈 맨디아.

레코디드 퓨처는 100테라바이트의 사이버 보안 데이터를 GPT에 학습시켜 도구를 개발했다. 이 플랫폼은 기업에 사이버 공격, 취약성 정보, 해커가 악성코드 캠페인을 실행하는 데 사용하는 서버 및 관련 정보를 제공한다.

기업은 보통 자체 네트워크에서 사용자 활동, 애플리케이션과 하드웨어 데이터를 지속적으로 수집하며 침해를 감지한다. 이때 사이버 보안팀은 악의적인 활동을 찾기 위해 데이터를 수동으로 분석한다. 레코디드 퓨처 AI는 이런 작업을 쉽게 하도록 설계됐다.

레코디드 퓨처 AI는 회사 네트워크에서 위반 지표를 자동으로 식별하고 심각도에 따라 우선 순위를 지정하고 취약점을 발견한다. 예컨대 서버에 사용자가 비

밀번호 없이 로그인할 수 있는 구성 결함이 있는지 감지한다. 또 사이버 보안팀은 기업 보안이 잘 되고 있는지 점검하고, 개선점 등을 모아 보고서로 만드는데, 레코디드 퓨처 AI는 이런 보고서 작성 프로세스를 자동화한다.

센티넬원, 자율 대응 위협사냥 플랫폼 공개

AI기반의 클라우드 보안업체인 센티넬원(SentinelOne)도 RSAC 2023에서 실시간 자율 대응을 제공하는 위협 탐색 플랫폼(threat-hunting platform)을 선보였다.

센티넬원 위협 탐색 플랫폼은 실시간 인공지능망과 대규모 언어모델 기반에 자연어 인터페이스를 융합해 모든 보안 데이터를 모니터링하고 운영하도록 설계되었다. 보안팀은 위협 탐색 플랫폼을 이용해 복잡한 위협을 찾아내고 명령을 실행

해해 기업 환경을 관리한다. 위협 탐색 플랫폼은 엔드포인트(네트워크를 통해 통신하는 모든 디바이스), 클라우드, 네트워크, 사용자 데이터 전반에 걸쳐 장치 및 로그 정보를 집계하고 상관관계를 지정해 핵심적인 정보를 제공한다. 이후 즉시 실행할 수 있는 대응 조치도 추천해 준다.

베라코드, 개발자를 위한 GPT기반 보안 솔루션

미국 애플리케이션 보안 전문기업 베라코드(Veracode)도 개발자를 위한 GPT기반 보안 솔루션을 내놨다. 베라코드는 소프트웨어에서 발견될 결함에 대해 수정 사항을 제시하는 AI 기반 솔루션 '베라코드 픽스(Veracode Fix)'를 발표했다. 개발자는 베라코드를 이용해 안전한 소프트웨어를 만들 수 있다.

소프트웨어 개발주기는 시간이 지나면서 더욱 짧아졌다. 많은 개발자가 시간에 쫓기며 코드를 생성하기 때문에 그 안에는 결함이 있는 코드도 있을 수 있다. 새로운 서비스를 빠르게 제안하기 위해 보안 문제가 뒷전으로 밀리는 경우가 있는 것이다.

베라코드 픽스는 GPT를 기반으로 소프트웨어를 스캔한 후 발견된 보안 결함에 대한 수정 코드를 자동으로 제안한다. 베라코드 픽스는 140조 라인 이상의 코드 지식베이스와 17년간의 보안 연구 데이터를 기반으로 훈련했다.

그동안 개발자는 보안 결함이 발견되면 수동으로 코드를 수정해야 했다. 문제는 전체 코드베이스에서 수백에서 수천 개의 결함이 나오기도 한다는 것이다.

베라코드는 이 제품이 '보안결함 찾기' 시대를 넘어 '찾기와 자동 수정'의 시대를 연다고 말했다. 베라코드는 2023년 6월에 상용화된 제품을 출시할 예정이다. 자바와 C#을 지원한다.

➤ **베라코드 픽스는 GPT를 기반으로 소프트웨어를 스캔한 후 발견된 보안 결함에 대한 수정 코드를 자동으로 제안한다. 베라코드 픽스는 140조 라인 이상의 코드 지식베이스와 17년간의 보안 연구 데이터를 기반으로 훈련했다.**

슬래시넥스트의 제너레이티브 휴먼AI

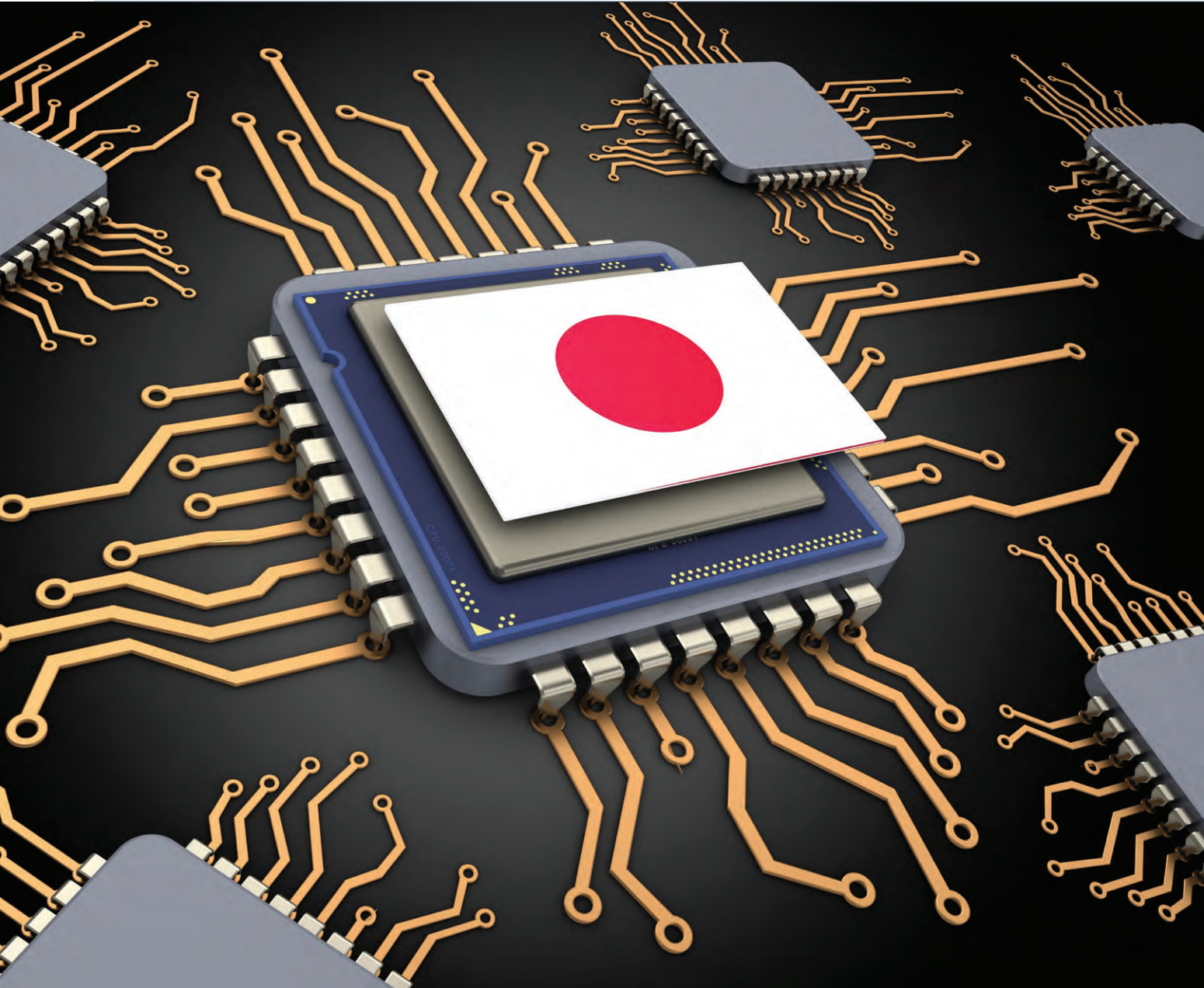
슬래시넥스트(SlashNext)는 독자 개발한 생성 AI를 활용한 사이버 보안 제품 '제너레이티브 휴먼AI'를 내놨다. 이 제품은 챗GPT 등 생성 AI로 생성된 이메일 기반 공격을 차단하는 것을 목표로 한다. 이 회사는 오픈AI의 GPT-3와 유사한 자체 대규모 언어 모델을 개발하는 데 2년이 걸렸다고 밝혔다.

슬래시넥스트의 제너레이티브 휴먼AI

는 비즈니스 이메일 공격(BEC)으로 알려진 이메일 사칭 공격을 막는 데 탁월하다. 사이버 범죄자는 주로 회사 임원이나 직원을 대상으로 거래처 자금과 관련된 이메일을 보낸다. 마치 거래처 직원이나 동료인 것처럼 이메일을 보내고 거래대금을 중간에서 가로챈다. 국내 L기업도 비즈니스 이메일 공격을 받아 수억원의 피해를 본 사건이 있었다.

생성 AI는 이런 비즈니스 이메일도 아주 그럴싸하게 만들어내기 때문에 기업이 이런 공격에 노출될 우려가 높아진다. 슬래시넥스트는 자체 대규모 언어모델 알고리즘을 활용해 생성 AI로 생성된 비즈니스 이메일 공격 위협을 사전에 예측한다. 제너레이티브 휴먼AI는 수천 개의 비즈니스 이메일 공격 변종을 자동으로 판별하고 사용자를 대신해 차단할 이메일을 결정한다. 슬래시넥스트는 이 기술로 이메일 공격은 물론이고 웹과 모바일 메시징 앱을 통해 전달되는 사이버 위협도 방어할 수 있다고 밝혔다. 📡





반도체 대국 복귀를 노리는 일본 라피다스의 도전

한때 반도체 강국이었던 일본이 미국의 협력을 배경으로 반도체 전문기업 라피다스를 세우고 반도체 컴백을 선언했다.

글 마츠자키 다카시 사진 SHUTTERSTOCK

최첨단 반도체를 생산하기 위해 설립된 일본의 국책기업 라피다스(ラピダス, Rapidus Corporation)가 마침내 움직이기 시작했다.

라피다스는 지난 2월 28일 홋카이도 치토세 시에 신공장을 건설한다고 밝히고 얼마 지나지 않은 4월 25일에 시공사 선정까지 완료했다. 수주한 곳은 일본 굴지의 종합건설회사인 가시마(鹿島)다. 9월에 착공하여 2025년에 완공할 예정이다. IBM이 개발한 최첨단 2나노 반도체 양산은 2027년부터 시작된다.

일본은 1980년대까지만 해도 세계 반도체 사업을 석권하고 있었다. 1989년에는 NEC, 도시바, 히타치제작소가 전 세계 반도체 시장점유율 톱 3를 차지했고 톱 10에는 후지쯔, 미쓰비시전기, 마쓰시타전자공업(현 파나소닉)까지 6개사가 이름을 올렸다. 그러나 2022년에는 톱 10에 일본 기업의 이름이 하나도 보이지 않고, 전성기에는 50%를 넘던 일본 기업의 세계 시장점유율도 이제 10%가 채 되지 않는다. 반도체 업체들은 회로 폭을 최대한 줄여 성능을 높이는 미세화 기술을 놓고 경쟁하고 있지만 일본은 자동차나 일반산업에 주로 사용되는 40나노미터의 낡은 반도체 공정에 머물러 있다.

반면 반도체 생산의 주류인 5나노에서 16나노 정도의 스마트폰과 데이터센터용 반도체 개발은 타이완 TSMC와 한국 삼성전자, 미국 인텔의 독무대가 됐고 TSMC와 삼성은 지난해부터 3나노 반도체 양산을 시작했다. 그뿐만이 아니다. 이미 자율주행 분야에서는 미국의 테슬라와 엔비디아가 완전 자율주행으로 이행하려 하고 있어 2나노 기술은 필수적인 요소가 됐다. 완전 자율주행 이외에도 고성능 컴퓨터, 스마트폰 제품 등에서도 2나노 기술은 쓰임새가 커지고



라피다스가 태어난 계기는 미국의 바이든 정권에 의한 반도체의 국제 제휴 구상이다. 중국이 급속히 부상하는 가운데 미국은 산업의 쌀로 불리는 반도체 개발에서 국제공조를 구축하고자 했다.

있다. 그 때문에 TSMC나 삼성도 2025년까지 2나노 실용화를 달성하기 위해 노력을 경주하고 있다. 라피다스가 설립된 것은 바로 이런 상황을 배경으로 한 것이다.

라피다스가 태어난 계기는 미국의 바이든 정권에 의한 반도체의 국제 제휴 구상이다. 중국이 급속히 부상하는 가운데 미국은 산업의 쌀로 불리는 반도체 개발에서 국제공조를 구축하고자 했다. 그 타깃이 된 곳이 타이완, 한국, 그리고 일본으로 이 3개국과 미국이 힘을 합쳐 반도체 공급망 칩 4 동맹을 구축함으로써 중국에 맞서는 것이 반도체 공조의 목적이다. 이로 인해 일본은 반도체 세계 제일의 자리로 복귀하는 것에 큰 기대를 걸게 되었다.

첨단 3세대 모델로 승부

2019년 여름 산업기술종합연구소(산총연)와 도쿄대 등 5개 대학과 연구기관이 핵심이 돼 운영하는 일본 최대 나노기술 연구·교육 거점, TIA(쓰쿠바 이노베이션 아레나)의 운영 최고회의 의장을 맡고 있던 도쿄일렉트론의 전 사장 히가시 테츠로(東哲郎, 현 라피다스 회장)에게 전부

터 알던 사이인 미국 IBM의 기술부문 중진 존 켈리로부터 전화가 한 통 왔다.

“2나노 기술 개발에 성공했는데 일본에서 양산할 수는 없을까?”

IBM은 이미 반도체 생산에서 철수했고 2014년에는 미국 버몬트 주의 제조공장을 매각했다. 그러나 연구 부문은 그대로 두고 뉴욕주 반도체 연구시설 알버니연구소에서 최첨단 반도체 연구를 계속해 최첨단 기술을 외부에 라이선스 공여하는 비즈니스를 하고 있었다. 라피다스에 대한 기술 공여도 그런 사업의 일환으로 IBM은 삼성, 인텔과도 파트너십 관계에 있었지만 2나노 기술 공여는 라피다스가 최초였다.

존으로부터 2나노 기술 공여 이야기를 들은 히가시는 좋은 기회라고 생각해 소니와 도시바에 타진했지만 긍정적인 답변을 얻지 못했다. 개별 기업 입장에서는 매우 부담스러운 투자이기 때문이었다. 히가시는 히타치 제작소의 생산 기술 담당을 경험한 적이 있는 웨스턴 디지털 저팬의 회장, 고이케 아쓰요시(小池淳義, 현 라피다스 사장)에게 과연 일본에서 실용화가 가능한지 기술 검증을 의뢰했다.

고이케는 젊은 연구자를 모아 IBM의 기술을 검증하는 회의를 시작해 기술면 뿐만 아니라 경영의 관점도 아우른 20년 계획을 세웠다. 여기에서 그는 일본에서 기술면뿐만 아니라 경영적 측면에서도 2나노 양산이 가능하다는 결론에 도달한

마츠자키 다카시(松崎隆司)

경제 저널리스트, 기업경영이나 M&A, 고용, 사업승계, 비즈니스모델, 경제사건 등을 취재. 현재 니케이비즈니스, 이코노미스트, 프레지던트 등의 경제지나 종합지, 산케이비즈니스아이, 일간 겐다이 등에 기고하고 있다.

것으로 알려졌다.

그의 구상의 기반이 된 것이 '첨단 3세대 모델'이다. 최첨단부터 이전 3세대까지만 생산한다는 것으로 구형부터 신형까지 풀라인업으로 개발, 제조, 판매하고 있는 TSMC의 비즈니스 모델과는 선을 긋겠다는 의도다.

TSMC의 비즈니스 모델은 상각된 낡은 설비에서 개발한 반도체로 수익을 내면서 막대한 투자가 필요한 첨단 반도체 개발 비용을 충당하는 것이지만 라피다스는 TAT(Turn Around Time, 한 개의 과정이 완성되기까지의 소요시간) 파이프라인을 구축해 사이클 타임을 빠르게



라피다스 비즈니스 모델의 핵심은 '첨단 3세대 모델'이다. 최첨단부터 이전 3세대까지만 생산한다는 것으로 구형부터 신형까지 풀라인업으로 개발, 제조, 판매하고 있는 TSMC의 비즈니스 모델과는 선을 긋겠다는 의도다.



미일 반도체 협력의 기본을 합의한 2022년 5월 24일 미일 정상회담에서의 바이든과 기시다.

돌려 높은 가격에 최첨단 반도체를 팔아 수익을 내겠다는 것이다.

고객 입장에서 반도체 생산 시간이 단축되면 최종 제품 개발 시간을 단축할 수 있어 수익을 확대할 수 있다. 라피다스 입장에서도 공장 설비를 빨리 돌리면 효율이 올라간다. 서로 이익을 보는 셈이다.

정·관·재의 제휴로 출범한 라피다스

히가시는 직접 자금 조달에도 나섰다. 최첨단 반도체를 양산하려면 거액의 투자가 필요하다. 아직 될지 안 될지도 모르는 반도체 개발에 민간기업이 출선헤 자금을 대주리라고는 보기 어렵다. 그래서 자민당의 아마리 아키라(甘利明, 2021년 5월부터 자민당 반도체전략추진 의원연맹 회장) 중의원 의원과 상의했다고 한다.

한편 경제산업성은 2021년 3월에 '반도체·디지털 산업 전략회의'를 만들었다. 의장에는 히가시 테츠로, 이 외 멤버에는 텐소 CTO 가토 요시후미(加藤良文), NTT 사장 사와다 준(澤田純), NEC 부사장 모리타 다카유키(森田隆之), 기오쿠시아 사장 하야사카 노부오(早坂伸夫) 등 후일 라피다스에 출자하게 되는 기업의 대표들이 있었다. 이 전략회의에서는 일본 반도체 산업의 부활이 주요 논의되었다.

라피다스 구상이 본격적으로 모양을 갖추기 시작한 것은 미일 정상회담이 있었던 2022년 5월부터다. 5월 4일에 히가시 우다 고이치 당시 경제산업상과 지나 레이몬드(Gina Raimondo) 미 상무장관 사이에 '반도체 협력 기본 원칙이 합의되었고, 13일에는 IBM의 수석부사장, 다리오 길(Dario Gil)이 일본을 방문하여 기시다 후미오 총리를 만났다. 이때 기시다는 "혁신을 추구하는 여러 분야 가운데 특히 차세대 반도체의 실용화에 대답하

게 도전하지 않으면 안 된다"고 강조했다. 미국과 일본에 의한 연구 개발의 촉진에 대해서도 "논의를 더욱 빨리 진행하고 싶다"고 말했다.

미일 정상회담이 열린 5월 23일에는 이미 합의한 '반도체 협력 기본 원칙'에 근거하여 차세대 반도체 개발을 위한 공동의 태스크포스를 설치한다는 내용이 발표되기도 했다. 이어서 7월 29일에는 미일 경제정책협의위원회(양국의 외교, 경제 장관이 참석하는 2+2 협의체)에서 중요·신기술의 육성·보호를 위해서 미일이 공동으로 연구개발을 추진하기로 합의했다. 이에 대한 후속조치로 일본도 미국의 국가과학기술위원회(NSTC)와 파트너로 협력할 연구개발 조직의 발족을 발표했다.

이런 가운데 라피다스 설립을 위해 히가시와 고이케는 토요타자동차 임원 야마모토 게이, 자동차부품회사 덴소 CTO 가토, 통신사NTT 회장 사와다 등에게 출자를 호소했다. 이외에도 소니, NEC, 소프트뱅크, 기오쿠시아(반도체기업), 미쓰비시UFJ은행 등 총 8개사가 라피다스 출자를 수락했다.

출자금액은 소니와 토요타자동차, 덴소 등 7개사가 각각 10억 엔, 미쓰비시UFJ은행이 3억 엔을 출자하고 정부가 700억 엔을 투입했다. 라피다스는 8월 설립되어 회장에는 히가시, 사장에는 고이케가 취임했다. 곧바로 라피다스는 경제산업성 소관의 국립연구개발법인 신에너지·산업기술 종합개발기구(NEDO)가 공모한 '포스트 5G 정보통신 시스템 기반 강화 연구개발 사업/첨단 반도체 제조기술 개발'에 응모했다.

경제산업성은 11월 11일 '차세대 반도체의 설계·제조 기반 확립을 위한 계획'을 발표했다. 이 계획에 따라 경제산업성



2022년 12월 13일 도쿄에서 고이케 아쓰요시 라피다스 사장(왼쪽에서 두 번째)과 다리오 길 IBM 수석부사장(왼쪽에서 세 번째)은 반도체 공동 개발에 합의했다고 발표했다.

은 차세대 반도체 연구를 위한 새로운 연구개발 조직으로 '최첨단 반도체기술 센터'(Leading-edge Semiconductor Technology Center, LSTC)를 만들기로 하고, 그 협력선을 라피다스로 결정했다고 밝혔다.

LSTC의 이사장에는 히가시가 취임했으며, 국내외 학술연구기관·기업과 제휴하여 라피다스는 제조를 맡고, LSTC는 첨단기술이나 첨단장치, 소재기술의 연구개발을 진행시켜 나가는 것으로 윤곽을 정했다. 또 일본 정부는 11월 8일 국무회의에서 의결된 추가경정예산안에도 반도체 연구개발과 생산거점 정비를 위해 1조 3천억 엔을 책정했다.

2나노 다음엔 1나노 도전

라피다스는 이미 공장 건설에 나서고 있다. 2월 28일에는 고이케가 홋카이도 지사 스즈키 나옴치를 만나 치토세 시에 공장을 건설할 것을 정식으로 제안했다. 나아가 4월 19일에는 기자회견을 열어 홋카이도 치토세 시에 건설하는 공장에 관한 구상이나 인원 확보의 진척 상황 등을 설명했다. 치토세 공장은 100헥타르의 토지에 제조동을 2동 이상 설치해 각 동을 2나노 이후의 다른 기술 세대에 대응시킬 방침이다. 치토세 시를 택한 것은 반도체 수요가 확대될 경우 대응할 수 있는 확장성이 있기 때문이라고 한다. 2027년에 양산을 시작하는 제1동은 2나

노 세대에 대응하고, 같은 부지 내에 건설을 예정하는 제2동은 2나노의 다음 세대 반도체를 만들 계획이다. 장차 3~4동 정도까지의 확장을 염두에 두고, 각 동의 기술 세대를 순차적으로 갱신해 공장 전체에서 항상 최첨단의 복수세대에 대응할 수 있도록 한다는 구상이다. 제1동 건설에 대해서는 "곧 정부의 승인을 얻을 수 있다고 생각하고 있는데, 승인이 떨어지는 대로 착공하고 싶다"는 것이 고이케 사장의 포부다.

과연 일본의 반도체 컴백이 성사될지 귀추가 주목된다. ☞



MZ세대가 향유하는 트렌드, 그곳에 기회가 있다

2023년 중국의 트렌드는 달라진 소비에서 찾을 수 있다.

글 상제(商界) 편집부 사진 SHUTTERSTOCK

2023년 중국인들은 더 이상 마냥 화려한 서비스나 제품을 요구하지 않는다. 오히려 골목 사이에 숨은 작은 맛집이나 친근한 인플루언서가 소개하는 제품이 트렌드하다고 느낀다. 또한 최첨단 비즈니스에 관심을 두지 않는다. 특별한 기술이나 많은 자본이 필요하지 않은, '취미 부업'이나 '귀촌 창업'처럼 좀 더 자신의 삶의 질을 올려줄 수 있는 것에도 점차 더 많은 관심을 쏟기 시작했다.

지난 2월 중국 상무부는 소비 생활 개선을 목표로 세 가지 핵심 계획을 발표했다.

첫째, 지역사회 소비 활성화를 위한 인프라 개선이다. 해당 지역에 맞는 지역별 정책을 통해 주민 편의 시설을 확충 및 보완하고, 기본 생활 보장 및 개선 사업을 펼칠 계획이다.

둘째, 가까운 곳에서 기본 생활을 해결할 수 있는 근거리 소비 생활권 조성이다. 지역 내 건물을 노인 요양 및 어린이 보육 생활, 여가와 문화 생활 등 다양한 기능의 복합 서비스 센터로 발전시켜 지역 활성화에 기여한다는 계획이다.

셋째, 지역사회 소비 주체의 육성이다. 종합 서비스를 제공하는 비즈니스 센터 및 근린 시설의 편의성을 강화하고, 프랜차이즈 기업 점포가 지역사회에 진출하도록 장려한다. 또한 지역사회 기반의 소

비 촉진 활동을 전개하여 지역 시장 활성화를 지원할 예정이다.

상무부의 계획 속에는 사람들이 원하는 삶과 이를 뒷받침하려는 중국 정부의 청사진이 담겨 있다. 코로나19 이후 진정한 삶의 행복을 찾으려는 사람들과 이를 반영한 정부 정책은 모두 먼 곳이 아닌 나의 주변, 내가 사는 지역을 향하는 것이 특징이다. 주변이 중요해진 이유는 비이성적인 경쟁에서 벗어나 스스로를 돌보는 '소확행' 트렌드가 2023년 다시 펼쳐지고 있기 때문이다. 멀리 보지 않고 본질과 내면에 집중하는 것, 2023년의 트렌드는 전에 없는 변화와 함께 숨은 기회를 가져다 줄 것이다. ☺

- ① 키워드
지금 떠오르는 중국의 소비 키워드 10
- ② MZ세대
MZ세대의 '더 리얼한 삶'
- ③ 지역생활 서비스
소비의 최전선, 지역생활 서비스 플랫폼의 생존 경쟁
- ④ 커뮤니티
사람 속에서 느끼는 행복

지금 떠오르는 중국의 소비 키워드 10

코로나19로 인해 억눌려 있던 중국의 소비 심리가 점차 회복되고 있다. 2023년 중국인들은 어디에서 지갑을 열게 될지 알아본다.

사진 GETTYIMAGES

중국의 컨설팅 기업인 즈명컨설팅(知萌諮詢機構)이 발표한 '2023년 중국 소비 트렌드 보고서'에 따르면 중국인들은 이제 3년간 코로나19를 이유로 열지 못했던 지갑을 활짝 펼칠 준비를 끝냈다. 여행부터 건강까지 라이프스타일 전 분야에서 잠들어 있던 소비 욕구가 깨어나고 있는 것이다. 하지만 소비양상이 과거와는 다르다. '과시나 '거창함'이 아닌 '나와 '내면적

만족에 초점을 맞추고 있다. 눈여겨 보아야 할 10개의 소비 키워드를 살펴본다.

합리적 소비의 새로운 정의

중국인들이 '합리적 소비'에 눈을 떴다. 이들의 합리적 소비는 단순히 저가의 대체품을 선택하는 것을 의미하지 않는다. 모든 가격대에서 더 나은 제품을 찾으려는 노력이 '합리적 소비의 새로운 정의'다.

유통기한이 임박한 질 좋은 제품의 판매량 증가, 더 좋은 콘텐츠를 찾기 위한 대체 플랫폼의 인기 등 합리적 소비는 상품 구매에서 나아가 취미, 레저 등 다양한 분야로 확장하고 있다.

정서적 가치의 중요성

코로나19 이후 정서를 충족시키는 제품과 편안한 분위기를 찾는 사람들이 늘어

나면서 기업도 이런 트렌드에 주목하고 있다. 커피 기업이 집에서 커피 전문점에서처럼 마실 수 있는 수제 블렌딩 제품을 출시하는 것이 그 예다. 특히 보고서는 특정 분위기에 잘 어울리는 제품을 만드는 브랜드가 더 많은 소비 수요를 창출할 수 있을 것이라고 내다봤다.

게으른 건강관리

최근 몇 년 동안 '양생(養生, 건강관리)'은 중국 MZ세대의 건강 트렌드로 자리잡았다. 이들은 게으른 방법의 양생을 원한다. 인기 있는 양생 중 하나는 그 자리에서 바로 먹을 수 있는 소포장된 즉석 건강식품이다. 이처럼 간편하게 건강을 챙길 수 있는 흐름은 부엌의 모습까지 바꾸고 있다. 반조리식품부터 즉석조리식품 등 다양한 밀키트 제품이 식탁에 오르고 있는 것이다. 이는 기업의 아이디어가 되는 것은 물론 제약 헬스케어와 소비재 기업에 거대한 혁신을 가져오고 있다.

정밀함의 혁신

내적 삶의 질에 대한 요구가 높아지면서 동일한 제품 기능이라도 사람과 장소에 따라 서로 다른 수요가 나타난다. 정교할수록, 최고급일수록 소비 잠재력이 더 클 수밖에 없다. 브랜드는 다양한 사람들에게 세심하게 초점을 맞추고 문제점을 파고들면서, 정밀한 제품 포지셔닝을 통해 다가가야 한다. 수준 높은 제조 기술도 수반되어야 한다.

엄격한 기준

최근 1년간 빈번하게 발생한 식품 안전 사고는 관련 기업의 이미지를 실추시켰다. 이러한 사건사고는 안전성은 물론 건강 관리에 높은 관심을 불러일으켰다. 중국인들은 식품 성분, 배합, 투명성에 이르기

까지 자신들이 파악하고 확인할 수 있는 '엄격한 기준'을 소비 원칙으로 삼기 시작했다. 스스로 성분과 재료를 계속 공부하면서 나만의 기준으로 지갑을 여는 것이다. 이런 기준은 식품뿐 아니라 화장품, 실내 인테리어 원자재에 이르기까지 모든 라이프스타일을 관통한다.

신뢰와 평판

브랜드는 소비자와의 신뢰를 형성하고 강화함으로써 지속적으로 좋은 평판을 구축하는 동시에 소비자의 지지를 얻을 수 있을 때까지 신뢰 형성 및 강화를 멈추지 말아야 한다. 신뢰는 브랜드 구축의 초석일 뿐만 아니라, 브랜드가 성장할 수 있는 엔진이기도 하다.

친환경 이슈

중국 공산당 제20차 전국대표회의의 보고서는 '친환경에 중점을 두고 있다. 친환경 저탄소는 2023년 현재 산업 발전의 핵심 이슈다. 친환경 소비 개념의 확산부터 친환경 공급망과 생산망 구축, 친환경 제품 생산, 친환경 에너지 발굴에 이르기까지 친환경은 기업의 지속 가능 발전을 실현하는 새로운 산업 분야가 될 것이다.

농산물 트렌드

'배불리 먹는 것은 과거형이 되었다. 이제 중국인은 단순히 먹는 것에 만족하지 않고 취향과 욕구를 충족시키는 농산품에 지갑을 열고 있다. 친환경 유기농, 깔끔한 포장, 유명 브랜드 등 다양한 기준으로 자신에게 적합한 제품을 찾는다.

농산품 시장은 동질화 경쟁에 빠지기 쉽다. 동질화 경쟁에서 우위를 차지하기 위해서는 기업이 주도적으로 소비자의 요구를 적극 수용하고 수요를 포착해야 한다. 또 이를 빠르게 소화해서 차별화하



정서를 충족시키는 제품과 편안한 분위기를 찾는 사람들이 늘어나면서 기업도 이런 트렌드에 주목하고 있다.

고, 트렌디한 이미지를 구축해야만 비로소 성공에 다가갈 수 있을 것이다.

귀차오 트렌드

머지 않아 과학기술 혁신과 함께 중국풍 디자인의 유행 시대가 도래할 것이다. 중국풍 디자인은 애국주의를 의미하는 귀차오(國潮) 트렌드로 설명할 수 있다. 귀차오 트렌드의 인기는 MZ세대에서 두드러진다. 이들은 중국풍 디자인에 열광하며 관련 제품에 지갑을 열고 있다. 문화, 기술 분야 등 전반에 걸쳐 귀차오 트렌드가 강해지고 있으며, 점차 새로운 경쟁 영역으로 나아가는 중이다.

가상과 현실의 공명

메타버스 산업 사슬이 점차 풍부해지고 다양한 기회 속에서 순환되고 있다. 이제 메타버스 개념을 현실에서 구현해 사람들에게 새로운 경험의 가치를 제공하는 것이 중요하다. 나만의 디지털 아바타, 온라인 공간에서의 작업 및 학습이 가능한 플랫폼, 몰입형 오감 체험, 브랜드 디지털 공간 등 현실과 가상세계를 온전하게 넘나들 수 있는 메타버스의 시대가 오고 있다. ☞



중국풍 디자인의 인기는 산업 전반에 걸쳐 다양하게 확산되고 있다.



온라인 커뮤니티에 익숙한 중국 MZ세대가 오프라인 활동에도 시동을 걸었다.

MZ세대의 '더 리얼한 삶'

중국판 인스타그램 '샤오홍슈'(小紅書)가 말하는 2023년 중국 MZ세대의 '더 리얼한 삶'이란?

사진 SHUTTERSTOCK

중국 MZ세대의 필수 앱이라 꼽히는 샤오홍슈는 MZ세대의 생각과 라이프스타일을 실시간으로 파악할 수 있는 플랫폼이자 트렌드 보고서나 마찬가지다. 그런 샤오홍슈가 중국사회과학원 사회학연구소와 함께 '2023년 샤오홍슈 올해의 라이프 트렌드'를 발표했다. 이 보고서는 중국의 MZ세대가 '리얼한 삶'에 몰입하고 있다고 요약한다. 코로나19 이후대의 활동이 개방된 지금, MZ세대가 말하는 리얼한 삶은 무엇일까?

이웃 커뮤니티 활성화

코로나19를 겪으며 얻은 깨달음 중 하나는 이웃의 소중함이다. 생필품 수급의 어려움을 공동구매와 물물교환으로 해결하면서 이웃 커뮤니티의 중요성을 실감한 것이다. 온라인 교류에 익숙했던 MZ세대에게 이 같은 커뮤니티는 더욱 특별하게 다가왔다. 온라인뿐만 아니라 오프라인에서도 점점 늘리며 이웃과의 만남을 늘리고 있다. 지역의 작은 상점인 펑러(蓬勒) 즉, 편의점, 카페, 식당이 새로운 교류 공간으로 인정받으며 MZ세대의 놀이터로 주목받고 있다.

로컬 맛집 유행

지역만의 특색을 가진 로컬 맛집이 MZ세대의 새로운 탐색 목표다. 즉석에서 김이 모락모락 나는 음식을 요리해 주는 저렴한 로컬 식당이 핫한 맛집으로 떠오르고 있는 것이다. 샤오홍슈 통계에 따르면, '로컬 맛집'에 관한 포스팅이 전년 대비 227% 증가했다. 이제는 대도시의 프랜차이즈보다 지역 주민만 알던 맛집을 찾아내는 것이 트렌드가 되었다.

주체적 여행

'코로나가 끝나면 가장 가고 싶은 곳은

어디인가'는 2022년 중국인들이 온라인에서 가장 많이 나누는 이야기 중 하나일 것이다. 올해 수많은 중국인이 새해 소망 중 하나로 꼽은 장거리 여행에는 코로나19에 대한 보상 심리까지 담겨 있다. 여행 업계는 코로나19 이전과는 달라진 여행객 취향에 주목한다. 체험을 중시하는 젊은 세대는 전통적인 패키지 여행에서 벗어나 맞춤형 여행, 스터디 트립 등 특별한 서비스가 포함된 프리미엄 여행을 선호하기 때문이다. 이들의 새로운 여행 방식이 중국 여행업계의 특별한 봄을 가져올 것이다.

가벼운 스트레스 해소법

사회가 복잡다양해지면서 스트레스 원인 또한 세분화되고 있다. 사람들은 스트레스 해소를 위해 무언가에 진지하게 몰두하는 것을 원하지 않는다. 특히 MZ세대는 반려동물을 키우거나 꽃꽂이, 요가, 명상 등 심신 안정 활동을 선호한다. 중국의 대표 온라인 쇼핑 플랫폼 타오바오만 보더라도 스트레스 해소를 위한 슬라임 장난감이나 스트레스 해소 기구 등 관련 상품이 수십만 건 등록되어 판매되고 있다. 간단하고 쉽게 할 수 있는 가벼운 스트레스 해소 방법이 정신적 탈진 상태에 있는 사람들에게 효과적인 즐거움을 선사하고 있는 것이다. 이 외에도 역할 추리 게임인 쥐변사(劇本殺, Script-kill)를 즐길 수 있는 공간도 새롭게 떠오르고 있다.

미니멀 라이프

코로나19 사태 속 스트레스 상황을 겪으며 많은 사람들이 실용적이고 간소화된 미니멀 라이프를 추구하게 됐다. 가구정리 전문가, 수납 전문가의 인기도 이와 상통한다. 특히 인플루언서에게 영향을

받는 MZ세대에게 미니멀 라이프의 인기는 더 대단하다. 인플루언서가 보여주는 불필요한 소비를 줄인 이성적인 소비관을 신뢰하고, 실제로 따라하며 좋은 삶을 살기 위해 많은 것이 필요하지 않다는 사실을 깨닫고 있다.

'문방사조'의 인기

중국에서 말하는 '문방사조(文房四寶)'는 서예(書法), 향도(香道, 향 피우기), 전각(篆刻, 도장), 문완(文玩, 감상용 골동품)을 가리킨다. 문방사조의 인기는 전통문화를 트렌드로 받아들이는 MZ세대에게서 다양하게 변주되고 있다. 생일 케이크를 전통 서예로 장식하거나 과일에 문양을 새기고, 도장을 찍은 염주 팔찌로 감각을 뽐내는 식이다. 전통문화가 개성이 다양한 MZ세대를 만나며 새롭게 피어나는 중이다.

도심 속 자연

2022년 '도심 속 자연' 관련 포스팅이 전년 대비 287% 증가했다. 코로나19로 인해 장거리 이동이 제한되면서 가까운 거리에 있는 도심 속 자연을 찾는 사람들이 늘어난 것이다. 여행을 떠날 수 없는 일상 속에서 자연에 대한 향수는 '집 앞'으로 이어졌다. 집 앞 공원, 근거리 캠핑장 등 모두 가까운 곳에 위치한 자연친화적인 장소를 찾아 즐기는 것이 이색적인 트렌드가 되고 있다.

우리집 무릉도원

코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 늘어나면서 집 안 풍경도 바뀌는 중이다. 쾌적하고 안락한 환경에 대한 요구가 소확행과 만나 인테리어 용품 및 소형 가전이 인기 아이템으로 떠오른 것이다. 디퓨저와 같은 방향 제품과 빔 프로젝터, 커



MZ세대는 불필요한 소비를 줄인 이성적인 소비관을 신뢰하고, 좋은 삶을 살기 위해 많은 것이 필요하지 않다는 사실을 깨닫고 있다.

피 머신, 가정용 티 테이블, 에어프라이어 등이 그것. MZ세대는 자신의 취향과 라이프스타일에 따라 집을 나만의 무릉도원으로 가꿔가고 있다.

방치된 물건의 재활용

환경보호에 대한 관심이 커지면서 필요 없는 물품에 대한 고찰이 시작됐다. 나에게 쓸모 없는 물건이 다른 사람에게 필요한 물건이 될 수 있다는 사실은 소득을 창출할 수 있는 동시에 트렌디한 사회적 교류 방식으로 인식되고 있다. 중고물품을 거래하는 것은 트렌드이자 일상의 한 부분으로 자리잡고 있는 중이다.

물 대신 차 마시기

2022년 '차 마시기' 관련 포스팅이 전년 대비 532% 증가했다. MZ세대가 양생(건강관리)을 추구하면서 음료나 물 대신 차에 관심을 갖게 된 것이다. 최근 등장한 찻집들을 보면 인테리어나 서비스 모두 MZ세대를 겨냥하고 있다. 찻집에서 모임을 하고 영상을 찍으며, DIY 차 끓이기 방법을 공유하는 것 등이 모두 새롭게 등장한 차 음료 문화다. 많은 기업이 찻집을 비즈니스로 바라보고, 젊은 세대를 대상으로 활발하게 사업을 확장하고 있다. ☞

소비의 최전선 지역생활 서비스 플랫폼의 생존 경쟁

점점 세분화되면서 성장하고 있는 중국의 지역생활 서비스 플랫폼 기업들이 선두를 차지하기 위한 출혈 경쟁에 돌입했다.

사진 SHUTTERSTOCK

클릭 몇 번이면 구입한 물건이 집으로 배달되고, 손을 덜어 줄 청소 도우미를 찾을 수도 있다. 일상 가까이에서 소소하게 삶의 질을 높여주는 중국의 지역생활 서비스 산업은 확장 기로에 서 있다. 특히 지난 몇 년간 재택근무가 활성화되

면서 다양한 온라인 생활 플랫폼이 급격히 성장했다. 공동구매, 신선식품 배송, 방문 가사 서비스 등으로 세분화되며 재택 인구를 파고들었다. 이런 온라인 생활 플랫폼은 10여 년 전 큰 인기를 모았던 O2O(Online to Offline) 서비스 '번디성

휘(本地生活)가 비즈니스 모델로, 코로나19를 계기로 번창했다. 텐센트, 알리바바와 함께 중국 3대 온라인 기업으로 성장한 메이탄(美團)의 왕싱(王興)은 "번디성휘를 잘 만들면, 타오바오(淘寶) 하나를 더 만드는 것과 같다"고 말할 정도다.



지역생활 서비스 쟁탈전

지역생활 서비스(배달, 예약 등 위치 기반 생활 서비스를 총칭) 업계의 선두를 차지하기 위해 기업들이 치열한 경쟁을 펼치고 있다. 유통 대기업 까르푸(家樂福), 윙훤(永輝), 허마(盒馬)는 즉시 배송 서비스를 제공하기 시작했다. 신선식품 전자상거래에서 떠오르는 스타 메이탄 마이차이(美團買菜), 메이르 여우셴(每日優鮮), 당동 마이차이(叮咚買菜)는 소비자와의 거리를 좁히기 위해 소규모 지역 물류센터를 건설했다.

2018년 4월 알리바바(阿里巴巴)와 알리바바의 금융 자회사인 마이진푸(螞蟻金服)는 메이탄과 함께 음식 배달 서비스 양대 산맥인 어러머를 전격 인수했다. 이어서 알리바바는 산하의 지역생활 서비스 커우베이(口碑)와 어러머를 합병하며 온라인과 오프라인을 결합시켰다.

메이탄은 중국의 슛폼 스트리밍 플랫폼 콰이쇼우(快手)와 손을 잡고 경제적 해자를 형성하기 시작했다. 알리바바는 지도서비스 앱 가오더(高德), 여행서비스 플랫폼 페이주(飛豬)로 서둘러 지역생활 서비스에 발을 들였다. 자본이 진입하면서 재편이 가속화되었고, 경쟁이 더욱 치열해지고 있는 것이다.

대기업만 기회를 노리는 것이 아니다. 가사 도우미 및 출장 마사지 등을 서비스하는 중소기업도 이 전쟁에 뛰어들며 성공을 노리고 있다. 그러나 선두 자리를 차지하더라도 중국 비즈니스 시장을 통일하기는 어렵다. 중국 시장조사기관 아이미디어 리서치(iiMedia Research)의 조사에 따르면, 지역생활 서비스의 전체 온라인 침투율은 12.7%에 불과하다.

플랫폼 생존 전략

점점에 서기 위한 기업들의 경쟁은 출혈

경쟁으로 심화되고 있다. 어러머와 메이탄은 시장점유율을 놓고 막대한 비용을 소모하며 무한 경쟁을 주도하고 있다. 대형 신선식품 마트들은 빠른 배송 서비스를 위해 수익 저하를 감수하고 지역 내 창고를 건설 중이다. 게다가 각 쇼트 클럽 플랫폼들도 배송 서비스에 진출하면서 전쟁의 일촉즉발 상황이 되었다.

지역생활 서비스는 진입장벽이 낮다는 것도 경쟁이 치열해지는 이유다. 그 결과 취급 상품의 차별화가 어렵고, 낮은 총수익, 과도한 상권의 중첩 등에 시달려야 한다. '비용 절감 및 효율성 증대'와 '운영 세분화'는 이 전쟁에 발을 들인 모든 기업이 풀어야 할 숙제다.

어려운 환경 속에서 기업들은 소자본 운영 전략을 모색해야 하는 상황이다. 비용이 많이 드는 오프라인 매장을 고집하지 않으므로써 돌파구를 찾을 수 있다. 또한 구매력은 낮아졌지만 취향은 한층 까다로워진 소비자의 눈높이를 만족시킬 방법도 고민해야 한다.

대기업의 마케팅 물결 속에서 자본이 부족한 중소기업은 커뮤니티에 집중할 수밖에 없다. 네일 아트, 가사 도우미, 드라이 클리닝, 마사지 등 특수한 분야는 기본적으로 대형 플랫폼으로 성장할 잠재력이 부족하다. 이런 분야의 작은 기업들은 대형 플랫폼 산하로 들어가거나 분야를 가리지 않는 종합 플랫폼 기업으로 변신하는 전략을 취해야 한다. 대기업과의 경쟁 속에서 시대의 흐름과 기회 포착에 따라 성공과 실패가 갈릴 것이다.

새로운 기회 탐색

과열 경쟁 속에서도 지역생활 서비스는 성장하고 관련 산업도 발전할 전망이다. 규모에 상응하는 맞춤 인력 투입이 필수다. 방대한 인력 지원을 지속할 수 있는



플랫폼 기업들은 즉시 배송 서비스와 지역 내 물류센터를 확대하며 경쟁 중이다.



**비용 절감 및 효율성 증대,
운영 세분화는 이 전쟁에
발을 들인 모든 기업이
풀어야 할 숙제다.**

인력 서비스 기업은 또 다른 기회를 맞이할 것이다. 또한 회복세로 들어선 소비심리는 더욱 고도화된 기술로 무장한 소비자 친화적인 서비스를 요구한다. 외식 및 레저 기업들이 자체 위챗(微信)과 알리페이(支付寶)를 사용하기 시작한 이유다. 머지 않아 관련 소프트웨어 개발사들도 새로운 성장 날개를 달게 될지 모른다.

지역생활 서비스의 파이는 크지만 승자는 소수이다. 대기업에게 안정적인 상품 공급망과 구동 가능한 기술력을 보유하는 것은 성장을 공고히 하는 핵심이라고 할 수 있다. 중소기업은 시대에 발맞춰 서비스 차별화와 감성마케팅 등으로 틈새 시장을 공략해야 한다. ☞



사람 속에서 느끼는 행복

온라인과 오프라인, 사람과 사람 사이의 '연결'은 요즘 중국 산업에서 빠지지 않고 등장하는 단어다.

사진 GETTYIMAGES

자발적인 것이 아닌 외부 환경에 의한 강제적 단절은 외로움을 수면 위로 끌어올렸다. 오랜 시간 이어진 봉쇄와 재택 때문에 생긴 외로움은 '근거리'에 대한 관심을 이끌어내며 관련 산업을 성장시켰다. 특히 MZ세대에게 불어온 근거리 열풍은 또 다른 라이프스타일을 만들었다.

집 밖으로 나온 MZ세대는 소속감에 매력을 느꼈다. 무리에 녹아들면서 경험

하는 색다른 즐거움은 이전에 느껴보지 못했던 것이다. 재래시장, 편의점, 공원 등 근거리에서 즐기는 활동이 모두 그렇다. 현재 중국 MZ세대에게 사랑받는 추리 게임 쥐번사(劇本殺, Script-kill)부터 잔디밭을 뛰어다니는 프리스비(원반 던지기), 화덕 앞에 삼삼오오 모여 고구마와 굴을 굽고 화로차를 끓이는 것 모두 기성세대에게 익숙한 장면이지만 MZ세대에게 이색적인 놀이인 것이다. 기존 비대면 소통 방식에서 얻을 수 있었던 재미가

그대로 유지되는 것도 장점이다. 사진이나 짧은 동영상 찍어 소셜 미디어에 공유해 받는 수많은 '좋아요'가 그것이다.

트렌드는 끊임없이 변하고 있다. 그럼에도 늘 트렌드와 그에 따른 비즈니스 혁신을 견인하는 핵심이 있다. 체화된 소셜, 즉 사회적 교류의 속성이다. 사회적 교류는 인간의 타고난 본질적인 특징 중의 하나로, 인간의 가치 교환 욕구를 충족시킨다. 이 욕구를 충족시키는 다차원적인 몰입형 소셜 활동과 감성적 비즈니스



다차원적인 몰입형 소셜 활동과 감성적 비즈니스 공간으로 MZ세대를 사로잡는 것이 올해의 트렌드 중 하나이다.

스 공간으로 MZ세대를 사로잡는 것이 올해의 트렌드 중 하나이다.

정서적 공감대의 공동체 찾기

프리스비, 쥐번사 게임, 화로차 등의 여가가 왜 지금 유행일까? 이 질문의 답에 비즈니스 혁신을 이룰 열쇠가 있다. MZ세대의 심리적인 부분으로 접근해 보자. 중국의 MZ세대는 정신적 독립과 자유로운 개성을 추구할 뿐만 아니라, 공동체 속에서 정서적 공감대를 누리고 싶어 한다. 이들의 인간관계는 분리되어 있으면서 연결되어 있다는 특징이 있다. 온라인에서는 자신을 숨기지만, 공동체 내에서는 정체성을 만들거나 유지하고 싶어 한다. 한편으로는 자신의 개성 표현을 중시하면서 일정한 집단의 소속감을 갈망한다. 그리고 공동체의 일원이 되는 것에 대해 강한 애착을 가지고 있는 동시에 집단의 가입과 탈퇴에 대해 자유롭다. MZ세대의 여가 방식은 두 가지 수요 사이를 끊임없이 오간다. 자유와 안전, 개인과 공동체, 단절과 연결. 이러한 상반된 특성이 새로운 트렌드를 만들어내고 있는 것이다.

MZ세대는 '라이프스타일 소셜 세대'가 되었고, 지인 기반의 공리적 활동은 이제 이들을 만족시킬 수 없다. 소규모 여행 동아리, 캠핑카 동아리처럼 개인의 만족감이나, 취미를 바탕으로 한 소셜

방식이 더 큰 영향력을 행사한다. 그리고 더 많은 사람들이 이렇게 정서적 공감대를 이룰 공동체를 찾고 싶어한다.

활력 넘치는 활동, 합리적인 가격의 세련된 옷차림, 여유로운 시간, 넓은 잔디밭 등을 일상에서 누리고자 한다. 프리스비는 이러한 갈망을 응집한 일종의 은유이자, 인연 맺기인 것이다. 이런 활동은 개성을 드러낼 수 있을 뿐만 아니라, 공동체 속 공감대를 형성해서 트렌드로서의 힘을 갖게 한다.

소셜을 소비로 연결하는 법

중국 디자인 기업 로코코(洛可可)는 한때 카메라를 장착한 오븐을 출시해 인기를 얻었다. 카메라를 오븐에 설치하는 아이디어는 한 커뮤니티 유저로부터 얻을 수 있었다. 오븐 디자이너의 미션은 내구성이 좋은 제품을 만드는 것과 한번 구매를 해 본 소비자가 여러 해가 지나더라도 다시 돌아올 수 있게 해야 한다는 점이었다. 문제 해결의 실마리는 베이커리 커뮤니티와 워킹 카페에 있었다. 커뮤니티의 한 유저가 스케이트 보드를

타는 것을 기록하고 SNS에 올리기 위해 보드에 고프로(운동 카메라)를 설치한다고 했다. 디자이너는 오븐 사용자들이 맛있는 음식과 더불어 소셜 활동도 원할 것이라고 생각했다. 그는 내열 카메라를 오븐에 설치하고, 영상을 촬영할 수 있는 앱을 만들어 요리 과정의 디테일을 직관적으로 볼 수 있게 했다. 그 결과 오븐은 출시 전부터 대대적으로 소셜 플랫폼에서 인기를 얻기 시작했다.

사람과 사물, 사람과 사람이 상호작용을 할 때 소비는 더 이상 단순한 기능 제공과 수요 충족을 의미하지 않는다. 일종의 의미, 정체성, 즐거움, 만족에 대한 추구를 포함한다.

소비와 여가 활동에서 체화된 소셜 속성이 점점 중요해지고 있다. 분명한 것은, 브랜드는 소비자들의 보이지 않는 요구를 지속적으로 탐색하며 잠재된 정서와 상응해서 대중의 요구를 만족시켜야 한다는 점이다. 소비자들이 브랜드의 혁신과 자아의 깊은 연결을 느낄 수 있게 된다면 브랜드는 새로운 비즈니스 모델을 만들 수 있을 것이다. ☞



중국 MZ세대에게 인기 많은 프리스비(원반 던지기)는 스포츠이자 소셜 활동이다.

중국 밀크티 브랜드 1위 미쉐빙청(蜜雪冰城)의 이유 있는 자신감

포화 상태인 차 브랜드 시장을 평정한 미쉐빙청이 또 한번의 도약을 위해 '도쿄의 상젤리제'라 불리는 오모테산도에 문을 열었다.
글 자오춘위(趙春雨) 사진 SHUTTERSTOCK

미쉐빙청은 중국 내에 2만여 개의 매장을 가진 중국 밀크티 브랜드다. 5년 전 베트남을 시작으로 미얀마, 인도네시아, 라오스, 말레이시아 등으로 뻗어나가 해외

매장 1천 개를 돌파했다. 미쉐빙청의 성공 비결은 무엇보다 '가성비'이다. 서민 친화적인 음료를 내세우며 지방 중소 지역을 중심으로 터를 잡았다. 그런데 미쉐빙

청의 일본 진출 전략은 이전과 다르다. 도쿄에서 가장 비싼 거리인 오모테산도에 매장을 오픈한 것이다. 미쉐빙청에 주목했던 사람들은 이 같은 행보에 의문을

표했다. 미쉐빙청은 고급스런 이미지를 가진 오모테산도에서 저가 전략으로 살아남을 수 있을까?

해외 진출이 정답은 아니다

시장 포화 상태에 이른 중국에서 차 브랜드의 해외 진출은 또 다른 성장 전략으로 간주되었다. 주목할 점은 미쉐빙청, 바왕차지(霸王茶姬), 나이쉐더차(奈雪的茶) 등 주요 차 브랜드가 동남아 지역을 첫 진출 국가로 선택했다는 점이다.

몇 가지 이유가 있다. 첫째, 동남아 지역은 중국과 가까워 원자재 수송이 편리



동남아 시장이 중국의 동종 매장보다 임대료는 낮지만 해외 운영과 인력 관리에 대한 요구 수준은 중국보다 훨씬 높다.

하다. 둘째, 동남아 지역은 중국과 비교적 비슷한 문화를 가지고 있다. 셋째, 밀크티는 대부분 찬 음료로 비교적 더운 지

역에 적합하다.

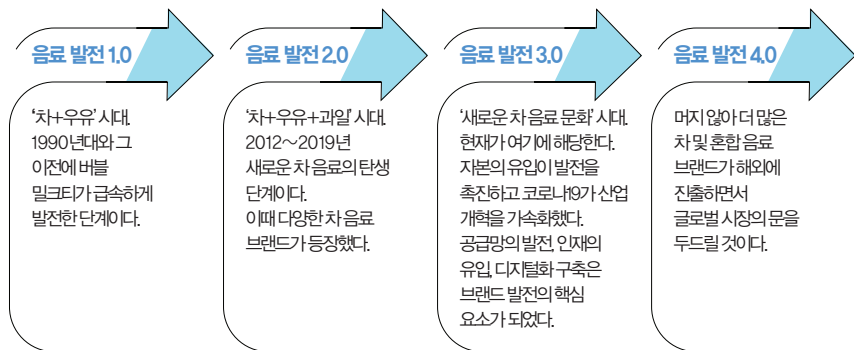
이 조건을 만족했다 해도 순조롭기만 한 것은 아니다. 현재 나이쉐더차의 해외 매장은 이미 모두 폐업한 것으로 알려졌다. 중국과 다른 해외 소비자의 식습관, 공급망의 불안정, 부족했던 매장 운영 능력 등 여러 요인이 악영향을 끼쳤다.

현재 해외에서 밀크티 브랜드의 주요 소비 그룹은 여전히 중국계이다. 밀크티는 해외로 진출하기 시작한 후 단순한 버블티 형태에서 과일차라 부르는 새로운 유형의 차 음료로 발전해 왔다. 이런 상황에서 중국의 새로운 차 음료는 여러



코로나19로 대도시에서 고향으로 돌아온 중국인이 많아지면서 지방 소도시를 중심으로 세를 확장해 온 미쉐빙청의 실적도 함께 증가했다. 그 결과 22년 9월 중국 증권감독위원회로부터 최대 4,001만 주 의 신주를 발행, 상장하는 계획을 승인받았다.

중국의 차 및 혼합 음료의 발전 단계



가지 측면에서 현지화 문제에 직면했다. 먼저 가격이다. 동남아 지역에서는 길거리에서 과일 샐러드, 과일 밀크셰이크를 파는 상인을 쉽게 볼 수 있다. 과일 음료 가격은 싸다는 소비자의 인식이 강할 수밖에 없다.

다음은 확장된 품목 경쟁이다. 중국 내에서 차 음료는 동종 품목 간의 경쟁이다. 해외 시장에서는 커피, 스무디, 과일 샐러드 등과 같은 다양한 업종과 경쟁해야 한다.

마지막으로 원재료 문제가 남아 있다. 동남아 지역은 과일 종류가 풍부해서 중국 과일의 매력력이 떨어지고, 다른 지역에서 과일을 운송하는 비용이 매우 높다.

바왕차지를 예로 들면, 현지 비즈니스 환경에 가능한 빨리 융화되기 위해서 중국식 '직영+연합경영+가맹' 모델을 따르지 않고, 공동 경영을 펼쳤다. 빠르게 현지화해서 운영관리, 마케팅을 구축해 시장을 더 빨리 개척하려는 목적이었다.

그러나 국가 및 지역마다 문화 습관과 식습관이 달랐다. 동남아 지역에서는 고당도 과즙 음료가 인기 높다. 그러나 중국에서 인기있는 과일차는 동남아시아에서 새로운 음료에 속하기 때문에, 맛으로 인기를 얻으려면 반드시 변화가 필요

하다. 동남아 시장은 중국의 동종 매장보다 임대료는 낮지만 해외 운영과 인력 관리에 대한 요구 수준이 중국보다 훨씬 높다. 게다가 제품 이면의 공급망과 인프라에서 더 큰 문제가 발생한다. 필요한 원료를 운송할 때 반드시 콜드 체인 시스템을 이용해야 한다. 동남아시아 시장을 개발하려면 기업이 공급망 배치를 위해 대량 자금을 투입해야 하는 것이다.

중국의 새로운 차 음료 시장은 과거 대기업의 격전장이었고, 평화로운 공존 따위는 기대하기 어려웠다. 작은 브랜드는 소모전을 피해 지방 중소 시장에 진출해 적정가로 시장을 개척하거나 해외에서 신규 시장을 개척할 수밖에 없었다. 소수의 매장만 운영한 시차와 나이쉐더차에 비하면, 미쉐빙청은 해외에서 지속적인 발전과 확장 추세를 유지하고 있다. 이는 업계 벤치마킹 대상으로 여겨진다.

미쉐빙청의 성공 비결
2022년 9월 미쉐빙청주식회사는 상장 신청을 접수했다. 정식으로 투자 설명서를 공개하고 선전증권거래소에 등록할 예정이다. 몇 위안밖에 안되는 저렴한 음료로 거대한 매출과 수익을 올린 비결은 무엇일까?

지난해까지 미쉐빙청은 인도네시아, 베트남, 싱가포르, 말레이시아 등에 500여 개의 매장을 오픈했다. 한국에는 중앙대학교 근처와 외국 관광객이 많은 명동에 매장이 있다. 일본에서는 이른바 노른자 땅에 첫 매장을 세우며 공식적으로 기존 가격정책을 유지하겠다는 뜻을 밝혔다. 미쉐빙청은 SNS를 통해 여러 가지 신경 쓰지 않고, 그저 다른 음료 브랜드만 이길 생각이라고 답했다.

2019년부터 2021년까지 미쉐빙청의 매출은 각각 25억 6,600만 위안, 46억 8천만 위안, 103억 5,100만 위안이다. 순이익만 보면 각각 4억 3,800만 위안, 8억 9,600만 위안, 18억 4,500만 위안으로 성장 속도가 매우 빠르다. 저가 정책과 주요 가맹점 모델로 안정적이고 강력한 수익성을 형성했다는 평가를 받고 있다.

미쉐빙청의 제품 가격은 4~8위안으로 업계 중 가장 낮지만, 최근 몇 년 동안 사업의 총이익률은 30%를 초과했다. 공식 홈페이지에는 가격이 저렴한데도 불구하고 수익이 나는 비결에 대해 다음과 같이 쓰여 있다. 첫째, 회사 자체 공급망이 있고 중간 유통업자가 차익을 남기지 않는다. 둘째, 1만여 개의 매장을 갖고 있으므로 식재료 구매 시의 가격 협상에서 우위를 가지고 있다. 셋째, 물류비용은 본사에서 부담하며, 저가의 고품질 제품을 기반으로 가맹점이 이윤을 남길 수 있다. 다시 말해, 미쉐빙청의 주요 수입원은 가맹비가 아니라 가맹점에 판매하는 장비와 식재료인 것이다.

10여 년 전부터 미쉐빙청은 자체 R&D 센터와 중앙 공장을 운영했다. 제조에서 배송에 이르기까지 완전한 산업 사슬을 형성했다. 또한 100무(亩, 중국 토지 단위)의 과일 전용 재배 스마트 단지를 조성해 재료를 조달했다.

미쉐빙청의 주력 판매 품목은 즉석 제조 음료와 아이스크림이다. 물류 운송의 발전은 즉석 음료와 아이스크림 산업의 매장 구축 및 시장 대응 속도에 직접적인 영향을 미친다. 2022년 3월 말까지 미쉐빙청은 이미 허난(河南), 쓰촨(四川), 신장(新疆), 장쑤(江蘇), 광둥(廣東), 랴오닝(遼寧) 등 22개 지역에 물류 기지를 세웠다. 물류 협력사를 통해 전국을 아우르는 물류 및 운송 네트워크도 구축했다. 완벽한 창고 물류 네트워크는 운송의 효율성을 효과적으로 향상시켰다. 매장까지 운송 시간을 줄이고 고객에게 음료를 제공하는 시간까지 단축해 당일 소량 판매라는 목적을 달성했다. 동시에 전국 창고 및 물류 네트워크 간 무료 운송 정책을 펼치며 회사의 지역 간 운영 능력을 강화했다.

비즈니스의 본질을 지키다
처음에는 미쉐빙청도 대중의 인정을 받지 못했다. 하지만 1위안 '대박 아이스크림'으로 저가 시장을 공략했고 '고품질 저가 제품'으로 포지셔닝했다. 여기에 돈을 끌어오는 마케팅 전략으로 소비자의 관심을 이끌어 수익을 극대화했다.

기자가 조사한 결과, 미쉐빙청 제품의 가성비가 경쟁사 음료 중 가장 좋은 것으로 나타났다. 시차, 나이쉐더차, CoCo 등의 차 한잔 평균가가 20~30위안인 데 반해, 4~8위안의 미쉐빙청 제품 가격은 서민 친화적이며 주소비자 그룹의 소비 수준과 비슷하다. 여기에 특별한 날이면 '1+1행사', '쿠폰 증정', '10위안 이상 구매 시 복주머니 추첨' 등의 이벤트를 진행해 소비자 만족도도 큰 편이다.

오랜 시간 '서민 중심'은 미쉐빙청의 기업 문화 중 하나로 자리잡았고, 저가 마케팅은 지방 중소도시 시장을 선점하는데 큰 기여를 했다.

중국국가통계국 데이터에 따르면, 전국 인구의 70% 이상이 지방 중소도시에 있으며, 소도시 및 농촌 지역 거주자의 규모는 10억 명에 달한다. 앞으로 미쉐빙청은 브랜드의 초점을 소비 잠재력이 더 큰 지방 중소도시에 맞출 것으로 예상된다. 많은 사람들이 미쉐빙청의 CM송이 심플하고, 대중적인 브랜드 이미지와 같다고 평가한다. 때문에 마케팅이 동질화된 상황에서 미쉐빙청의 '소박함'은 고가 소비시장의 경쟁을 순조롭게 피할 수 있는 열쇠가 되었다. 또한 지방 중소도시

시장을 통해 자본을 축적하고, 강력한 트래픽 홍보와 트렌디한 마케팅을 통해 브랜드 인지도를 높이고 브랜드 운영 규모를 지속적으로 확장할 수 있었다. '검소하고 소박함' 이면의 '절제된 고급스러움'이 진짜 전략인 것이다. 일본에서 가장 변화한 거리를 선택한 것은 자신감으로 밖에 해석할 수 없다.

모든 산업의 본질은 여전히 같다. 제품력과 명확한 비즈니스 모델만이 확고한 원칙이다. 미쉐빙청도 이 원칙을 따랐을 뿐이다. ☺





중국 투자 시장에도 ETF 바람이 분다

중국 ETF 시장이 침체기를 벗어나 폭발적인 성장세를 이어가고 있는 가운데, 어떤 ETF들이 투자자의 주목을 받고 있는지 살펴본다.

글 허궈(何偉) 사진 SHUTTERSTOCK

ETF 동향을 보면 자본 시장에서의 자금 흐름과 선호도를 알 수 있다. 현재 중국 ETF 시장은 침체에서 벗어나 폭발적인 성장세를 달리고 있다. 2019년부터 현재까지 중국의 ETF 발행 규모는 6,106억 위안(115조원)에 달한다. 이는 2004~2018년 발행 규모의 1.75배다. 2023년 5월 기준 블룸버그 자료에 따르면, 중국에 상장된

ETF는 779개(주식 703, 채권 16, MMF형 20, 원자재형 29 등)이며, 거래소 기준으로는 상하이거래소, 심천거래소에 각각 474개, 305개가 상장되어 있다(참고로 각국의 상장 ETF 갯수는 미국-2,704개, 중국-779개, 한국-703개, 일본-226개이다).

중국의 주식형 ETF에서는 규모형 ETF(대형주 ETF같이 시가총액을 기준으로 하는 ETF), 업종 ETF, 테마 ETF의

규모가 눈에 띄는 증가세를 기록하고 있다. 성과 측면에서는 규모형 인덱스 ETF가 더 안정적이지만 약세장에서 방어 능력이 별로 좋지 않다. 하지만 업종 인덱스 ETF와 테마 인덱스 ETF는 업종과 테마에 따라 고수익을 올릴 가능성이 있지만 성과 리스크도 그만큼 더 크다. 지난 2년사이 가장 빠른 성장세를 보인 것은 해외에 투자하는 ETF였다. 각기 다양한 특징을 가진 만큼, 중국에서는

중국 주가지수

지수	내용
CSI 300	상하이/선전증권거래소에 상장한 대표 우량주 300 종목으로 구성
CSI 500	CSI 300 인덱스를 구성하는 300개 종목을 제외한 소형주 500개로 구성
CSI 1000	CSI 300과 CSI 500 인덱스를 구성하는 800개 종목을 제외한 소형주 1천 종목으로 구성
SSE 50	상하이증권거래소에 상장한 대표 우량주 50 종목으로 구성
SSE STAR 50	상하이증권거래소에 상장한 첨단기술 및 신홍산업 기업으로 구성된 STAR(과학혁신판) 종목 중 대표 50개 종목으로 구성
ChiNext	창업판, 선전증권거래소에 상장한 첨단기술 및 신홍산업 기업으로 구성
ChiNext 50	ChiNext 구성 종목 중 대표 50개 종목으로만 구성
STAR & ChiNext 50	STAR와 ChiNext 구성 종목 중 대표 50개 종목으로만 구성

ETF를 활용해 적절한 투자 기회를 노리고자 하는 투자자가 늘고 있다.

중국 ETF는 폭발적으로 성장 중

ETF의 정식 명칭은 '상장지수펀드'(Exchange-Traded Fund)이다. 거래소에 상장되어 거래되며 자유롭게 매매할 수 있는 개방형 펀드이기 때문에 펀드 규모가 가변적이다. 장외에서만 청약과 환매가 가능한 일반 인덱스 펀드와 달리 ETF는 주식처럼 실시간 매매가 가능하다. ETF는 종목 바스켓을 선택하여 특정 인덱스(또는 벤치마크 지수)를 추종하는 것을 목표로 한다. 낮은 수수료와 분산 투자로 장기 수익률이 높고, 리스크가 비교적 낮아서 기관투자자부터 일반투자자에 이르기까지 ETF를 자산 배분의 수단으로 삼을 수 있다. 글로벌 시장에서 ETF가 주목받는 이유다.

중국에서 ETF는 가나간 적응기를 거쳐 2019년 이후 급성장했다. 2019~2022년, 중국 ETF의 자산 규모는 5,773억 위안에서 1조 6,201억 위안까지 증가하여

성장폭이 181%에 이른다. ETF 상품 수량도 198개에서 763개로 늘었다. 새로 설립한 ETF는 595개, 발행 규모는 6,106억 위안으로 2004~2018년 전체 규모 대비 각각 2.92배와 1.75배가 되었다.

2019년 이후 증권감독관리위원회가 공모펀드 상품의 발행 및 등록 체제를 보완하기 시작했다. 덕분에 주식형 ETF를 포함한 기존 일반 상품의 발행 및 승인이 현저하게 빨라졌다. 업종과 테마에 대한 투자 기회가 늘어나고 ETF를 통한 포트폴리오 구축 수요가 증가하면서 폭발적으로 성장하는 계기를 만든 것이다.

2022년에는 증권감독관리위원회가 '공모펀드 업계의 고품질 발전 가속화에 관한 의견'을 발표했다. 주식형 펀드 발전을 대폭 추진하고 성숙한 인덱스 상품의 확대와 강화를 지원한다는 내용이다. 동시에 ETF 상품, 특히 주식형 ETF에 많은 비중을 할애해 혁신을 추진하겠다는 계획도 밝혔다. ETF 시장에 대한 중국의 깊은 관심을 알 수 있는 부분이다.

1 규모형 인덱스 ETF

투자 자산 유형에 따라서 중국의 ETF는 주식형, 채권형, 상품형, 통화형, 해외 투자로 나뉜다. 이 중 중국 ETF는 주식형 ETF 위주로 거래되고 있다. 주식형 ETF는 인덱스 펀드의 특징인 단순함과 투명성을 갖고 있다. 주식과 같은 방식으로 거래되어 매매가 편리하고, 투자자가 장중 상승 기회를 포착하는 데 큰 어려움이 없다.

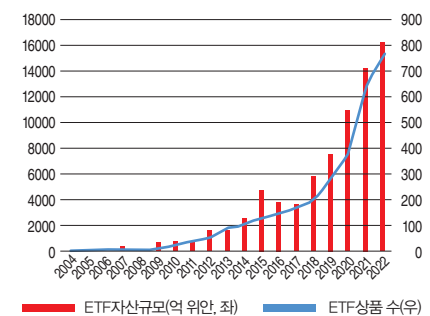
추종 지수에 따라서, 주식형 ETF는 규모형 인덱스, 업종 인덱스, 테마 인덱스, 전략형 인덱스, 특정 인덱스로 구분한다. 이 다섯 가지 유형의 ETF는 추종 지수, 규모 분포, 수익 리스크 특징에서 상당한 차이가 난다. 규모형, 업종, 테마

인덱스는 순자산가치의 합계가 주식형 ETF의 99%를 차지하지만, 전략형과 특정 ETF는 성과 기록이 상대적으로 적어서 투자자들은 앞의 세 가지 ETF에 집중하는 것이 좋다.

규모형 인덱스 ETF는 시장 인덱스에도 불린다. 대표적인 규모형 인덱스에는 SSE 50(上證 50), CSI 300(滬深 300), CSI 500(中證500)가 있다. 이 3가지 인덱스는 A주 시장의 다양한 특성을 보여준다. 중국에서 발행한 최초의 ETF인 ChinaAMC China 50 ETF(510050)도 규모형 인덱스로 SSE 50 지수를 추종한다.

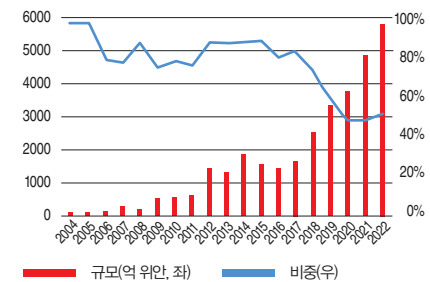
2004~2022년까지 규모형 인덱스 ETF의 자산 규모는 54억 위안에서 5,772억 위안까지 성장했지만 ETF 시장에서의 비중은 2018년부터 지속적으로 감소했

중국 ETF 자산 규모 및 상품 수 변화 (2004~2022년)



자료: Wind, 신차이푸(新財富) 정리

규모형 인덱스 ETF의 자산 규모 및 주식형 ETF에서 차지하는 비중



자료: Wind, 신차이푸(新財富) 정리

다. 대형주, 중소형주, ChiNext(創業板) 시장 전체의 상황을 반영해 개별 종목 비중이 다소 낮고, 투자 대상이 광범위하기 때문이다. 특정 업종과 테마를 추종하는 업종 인덱스 ETF와 테마 인덱스 ETF는 그 반대다. 세밀한 분류를 통해 투자자의 타이밍과 판단력을 시험하기 때문에 선택 난이도와 리스크도 높다. 일반투자자 입장에서는 규모형 인덱스 펀드가 더욱 친화적이기 때문에 초창기에는 확장 속도가 빨랐다. 하지만 다른 ETF 유형이 많아지고 ETF에 대한 이해도도 높아지면서 규모형 인덱스 ETF의 비중이 줄어들고 있다.

중소형주와 SSE STAR지수의 편입 수요 증가

2023년 2월 12일 기준, 규모형 인덱스 ETF가 추종하는 지수는 34개다. 그 중에서 CSI 300은 여전히 중요한 추종 지수로 관련 ETF 자산 규모가 1,638억 위안이다. 규모형 인덱스 ETF 가운데 28%에 해당된다.

SSE STAR 50(科創50), CSI 1000(中證1000), ChiNext, STAR & ChiNext 50(科

創創業50), ChiNext 50 등의 지수를 추종하는 규모형 인덱스 ETF의 자산 규모가 상위 10위권에 진입했다는 점은 주목할 만하다. 이를 통해 중소형주 지수와 SSE STAR, 즉 과학혁신 지수의 시장 수요가 증가 추세임을 알 수 있다. 이는 중국을 포함한 전 세계가 '제조업 고도화'라는 장기적 도전에 직면하면서 국가 차원에서 중소기업과 과학혁신 기업의 발전을 중시했기 때문이다. 중소기업에 치중한 CSI 1000과 과학기술 업종 테마의 SSE STAR 50 지수가 시장의 주목을 받고 있는 것도 같은 맥락이다.

2019~2022년 주요 인덱스 구성 종목 기업의 매출 추이를 보면, CSI 500과 ChiNext 지수, CSI 1000, SSE STAR 50 지수와 같은 중소형주 지수의 성과가 더 좋다. 특히 2020~2022년 SSE STAR 50 지수에 포함된 기업의 매출 증가율이 각각 17%, 30%, 31%로 증가 속도가 상위 2위다. 과학기술의 속성과 높은 성장 가능성, 국가의 강력한 지원책에 따라 CSI 1000과 SSE STAR 지수에 대한 중장기 성장성이 뚜렷하다는 걸 알 수 있다.

현재 규모형 인덱스 ETF 상품은 163

➤
규모형 인덱스 ETF는 강세장에서는 전체적으로 좋은 수익률을 거두지만 고수익 가능성은 제한적이다.

개로 자산 규모의 평균 가치는 35억 위안이다. 구체적으로 5억 위안 이하가 49%, 100억 위안 이상이 7%를 차지하고 있다. 5억 위안 이상은 비교적 규모가 큰 펀드라고 할 수 있다. 이 중에서 규모가 가장 큰 상품은 Huatai-PB CSI 300 ETF(510300)로, 775억 위안에 달한다. 그리고 규모가 가장 작은 상품은 CIB CSI 500 ETF(510570)로 933만 위안에 불과해, 1위와 차이가 크다.

수익 측면에서 규모형 인덱스 ETF는 약세장에선 수익을 거두기 힘들지만 하락폭은 전체 주식시장과 큰 차이가 나지 않았다. 예를 들면, 2018~2022년 A주는 강세장에서 약세장으로 전환되었다. 다른 산업의 성과와 규모형 인덱스 ETF의 성과를 비교하면 2018년 상하이종합지수는 25%, 선전종합지수는 34% 하락했는데, 규모형 인덱스 ETF의 평균 성과는 그 중간 정도를 기록했다. 2022년도 비슷했다.

2019~2021년 3년간의 A주 강세장에서는 규모형 인덱스 ETF의 성과는 평균적으로 각각 38%, 38%, 6%를 기록했다. 2019년 규모형 인덱스 ETF의 최고 수익률은 57%, 최저 수익률은 25%였다. 2020년 최고 수익률은 89%, 최저 수익률은 20%였고, 2021년의 최고, 최저 수익률은 각각 25%와 -9%였다. 이런 유형의 ETF는 강세장에서는 전체적으로 수

익률이 좋지만 시장수익률을 넘어 초과 수익을 거둘 가능성은 제한적이다.

2023년 2월 12일 현재 펀드 설립 이래 연간 수익률 상위 10위 이내의 시장 인덱스 ETF는 모두 2022년에 설립된 것으로 대부분 SSE STAR 지수와 중소형주 지수를 추종한다. Penghua ChiNext 50 ETF(159681), IGW Enterprise Market 50ETF(159682)는 모두 설립 2개월 만에 각각 70%, 68%의 수익률을 기록하며 2위로 진입했다.

② 업종 인덱스 ETF

업종 인덱스 ETF는 특정 산업 주식의 상승과 하락에 영향을 받는 것이 특징이다. 특정 산업 종목에 투자해 매매 기회를 포착할 수 있고, 산업별 순환매를 이용해 수익 추구의 기회로 삼는 것이 가능하다. 개별 주식 투자에 비해 업종 인덱스 ETF는 투자 리스크를 분산시킬 수 있어 산업 전체의 수익을 더욱 효과적으로 누릴 수 있다.

업종 인덱스 ETF는 중국에서 다소 늦게 등장했다. 최초 상품은 2011년 쿼타이 AMC(Guotai AMC, 國泰基金)에서 만든 Guotai SSE 180 Financial ETF(510230)로 SSE 180 Financial(上證180金融) 지수를 따른다.

2011~2022년, 업종 인덱스 ETF의 자산 규모는 11억 위안에서 1,883억 위안까지 성장했고, 2019년 이후 가속화했다. 2020년에는 자산 규모가 전년 대비 2.4배 증가하면서 주식형 ETF에서 차지하는 비중도 8%에서 17%까지 증가했다.

규모가 가장 큰 것은 297억 위안으로 쿼타이 AMC에서 2016년에 만든 Guotai CSI Security Agency ETF(512880)이다. 100억 위안 이상 규모의 ETF가 9%, 5억 위안 이하 규모의 ETF가 거의 절반, 10억-50



중국은 코로나19로 인해 침체된 경제를 타개하기 위해 제조업 고도화에 나서며 중소기업과 과학혁신 기업을 지원하고 있다.

억 위안 규모의 ETF가 23%를 차지한다.

추종 업종을 살펴 보면, 증권 업계를 추종하는 ETF의 자산 규모가 658억 위안으로 가장 크다. 그 다음이 반도체 관련 종목으로 이루어진 귀정칩셋(國證芯片) 지수를 추종하는 ETF로 257억 위안 규모이다. 2023년 2월 12일 현재 업종 인덱스 ETF가 추종하는 지수는 36개에 달한다. 따라서 투자자가 더욱 다양한 산업의 기회를 포착하는 데 유리할 수 있다.

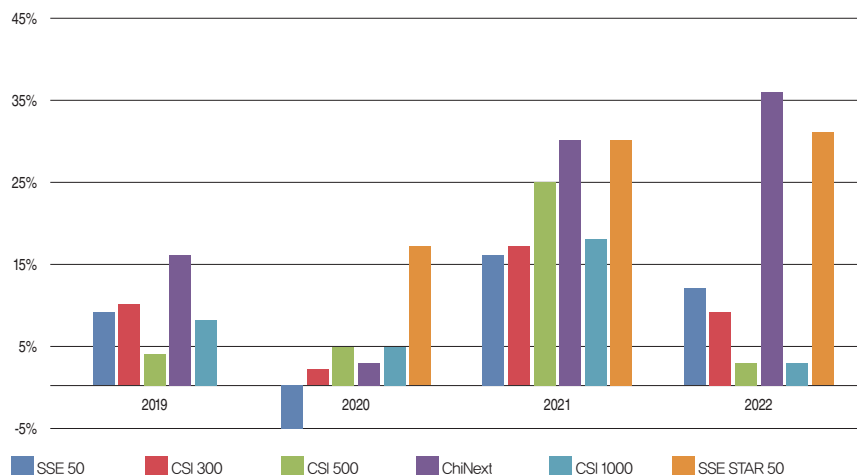
주목할 만한 점은 2022년 업종 인덱스 ETF의 최고 수익률이 17%를 달성했는데, 일부 상품이 약세장에서도 높은 수익을 거두었다는 것이다. 이는 업종 인덱스 ETF가 정확한 산업 기회의 포착을 통해 리스크 헤지를 할 수 있음을 보여준다.

2019~2021년의 증시 상승 국면에서 업종 인덱스 ETF의 최고 수익률은 각각 74%, 95%, 50%였다. 업종 인덱스 ETF

는 수익률 차이가 더 크고, 최대 손실 리스크도 더 크다는 것을 알 수 있다.

2023년 2월 12일 기준, 상위 2위와 3위인 업종 인덱스 ETF는 반도체 선두기업을 추종하는 ICBCCS CNI Semiconductor Chip ETF(159665)와 소비재 선두기업을 추종하는 GF CSI Consumer Staples ETF(560680)이다. 두 ETF의 연간 수익률은 각각 87%와 70%이다. 둘 다 2022년에 만들어져 수익률 측면에서 유리한 점이 있지만, 그 외의 ETF는 수익률이 대부분 20% 이하였다. 주요 소비재 지수인 800소비(800消費)를 추종하는 Harvest Core Consumption ETF(512600)와 ChinaAMC SSE Consumer Staples ETF(510630), China Universal CSI Consumer Staples ETF(159928)는 설립된 지 10년이다 되어가는데도 연간 수익률이 20%에

중국 주요 주가 지수별 매출 성장률



자료: Wind, New Fortune Collating



ETF는 주식처럼 실시간 매매가 가능하고, 종목 바스켓을 선택해 특정 인덱스에 맞추는 것을 목표로 한다.

달해 장기투자수익률이 상당하다는 것은 눈여겨봐야 할 대목이다.

③ 테마 인덱스 ETF

규모형 인덱스 ETF와 업종 인덱스 ETF를 보완하는 테마 인덱스 ETF는 거래 비용도 저렴하고 투자자에게 최신 투자 테마를 포착할 수 있는 기회를 제공한다. 2006~2022년에 테마 인덱스 ETF의 자산 규모는 27억 위안에서 3,061억 위안까지 증가했다. 2018년 이후 빠르게 늘어나 주식형 ETF에서 차지하는 자산 비중이 최저 4%에서 28%까지 확대되었다.

현재 추종하고 있는 테마가 175개에 달해 다른 ETF보다 훨씬 다양하다. 시장 추세에 따라 테마를 결정할 수 있기 때문이다. 테마 투자는 정책이나 사건에 의해 추세가 결정된다. 단기간 폭발력이

강해 타이밍이 중요하고, 회전이 빠라서 시장에서 높은 관심을 받고 있다.

일반적인 투자 테마로는 환경, 의료, 미디어 등이 있다. 순자산가치로 좀 더 세분화하면, 514억 위안의 빅테크, 432억 위안의 신에너지, 390억 위안의 대형 헬스케어 기업, 265억 위안의 소비재, 200억 위안의 산업 정책, 88억 위안의 지역 경제 등의 테마 ETF가 주목받고 있다. 테마 ETF는 경제 이슈, 산업 동향, 시장 상황과 밀접한 연관이 있다. 코로나19 이후, 전 세계 경제는 수요 고갈 단계에 다시 접어들며 기술 혁신을 통한 새로운 돌파구가 절실히 필요한 상황이다. 중국은 과학기술 혁신과 산업 혁명으로 위기를 헤쳐나가기 시작했다. 이로 인해 전문화, 과학기술 혁신, 디지털 경제 등의 대형 과학기술 테마가 각광받고 있다.

지속가능한 발전 정책과 지역의 정치적 긴장 국면은 '쌍탄(雙炭: 탄소 배출 피

크와 탄소 중립) 테마, '에너지 혁명'을 촉진시켰고, 국유자본과 국유기업개혁이라는 '중앙기업' 관련 테마를 확대시켰다. 아울러, 최근 중국 고유의 가치평가 체계를 통한 '중(中)자 돌림(중앙기업)' 테마도 대두되었다. 청두-충칭 경제권, 홍콩-마카오-광저우 등의 대만구(Greater Bay) 경제권, 창장 삼각주 등의 권역 관련 테마 ETF도 속속 등장했다.

추종 대상 다양, 성과 차이도 최대

2023년 2월 12일 기준, 테마 인덱스 ETF가 추종하는 자산 규모 상위 5위권 테마 인덱스는 CSI Medical Service(中證醫療), CSI Photovoltaic Industry(光伏產業), CSI National Defense Industry(中證軍工), SSE Dividend Index(紅利指數), CES China Semiconductor Chips(中華半導體芯片)이다.

규모 분포로 보면, 테마 인덱스 ETF의 자산 규모는 최대 174억 위안, 최소 828만 위안으로 평균 규모는 9억 위안으로 작은 편이다. 자산 규모가 5억 위안 이하인 테마 인덱스 ETF 상품이 70%를 차지하는데, 이 비율은 규모형 인덱스 ETF와 업종 인덱스 ETF보다 20% 높다.

수익성과 리스크 측면에서 테마 인덱스 ETF는 주식시장과 전반적으로 유사한 흐름을 보인다. 한 예로 2018년과 2022년 시장 하락기에 테마 ETF는 평균적으로 시장과 유사한 성과를 보였다. 하지만 예외적으로 2022년 최고 수익률은 12%를 기록하기도 했다. 이를 통해, 시기적으로 적절한 테마를 활용하면 약세장에서도 하락 리스크에 대처할 수 있음을 알 수 있다.

2019~2021년은 시장 상승기였다. 당시 테마 인덱스 ETF는 모두 수익을 기록했다. 눈에 띄는 점은 테마 인덱스 ETF

상품의 성과 차이는 29%~128%로 수익률의 차이가 규모형 인덱스 ETF와 업종 인덱스 ETF에 비해 크다는 것이다. 수익률 차이가 큰 만큼 고수익을 얻을 기회도 있지만, 더 큰 하락 리스크에 직면할 수도 있다는 점은 경계해야 할 포인트다.

2023년 2월 12일 기준, 수익률 상위 10위권 테마 인덱스 ETF는 모두 2019년 이후에 상장된 것으로 지난 2년간 관심이 쏟아졌던 디지털 경제, 과학 혁신, 신에너지 테마 위주로 구성되어 있다.

④ 해외 투자 ETF

최근 몇 년간 규모 증가 폭이 가장 컸던 해외 투자 ETF도 살펴보자. 중국 금융 시장은 개방을 가속화하고 있으며 현재까지 고속 성장하고 있다. 2020~2022년, 중국에 상장된 해외 투자 ETF의 규모가 각각 62%, 382%, 129% 성장하여 ETF 분야에서 성장폭이 가장 컸다. 이미 79개 상품이 있으며, 펀드 규모는 20% 정도 상승했다.

해외 투자 ETF는 유럽과 미주 시장에서 중요한 지위를 차지하고 있다. 전 세계 51개 거래소에서 총 4,500개 이상의 해외 투자 ETF가 거래되고 있다. 전체 ETF 규모의 40%에 달하는 규모다. 유럽에서 거래되는 전체 ETF 중 해외 투자 ETF가 차지하는 비중은 약 60%, 홍콩에서는 50%, 싱가포르에서는 80%를 차지하고 있다. 중국에서 해외 투자 ETF의 성장 여력이 크다는 걸 알 수 있다.

글로벌 자산 배분을 통해 리스크를 분산하는 것이 해외 투자 ETF의 가장 큰 장점이다. 그러나 성과 측면에서 중국의 해외 투자 ETF는 리스크 분산 역할을 충분히 하지 못하고 있다. 2022년 A주 하락장에서 성과 기록이 있는 52개 상품 중 Bosera CSI Glb China Edu

Theme ETF(513360)만 14%로 눈에 띄는 수익을 기록했다. 제대로 된 수익을 거둔 상품 비중은 2%에 불과했다. 이는 중국의 해외 투자 ETF 투자 지역이 홍콩에 60% 이상 집중되어 있고, 나머지 26.3%만 글로벌 시장에 투자되어 있기 때문이다. 해외 투자 ETF의 투자 비중은 일본 6.3%, 미국 3.8%, 독일 1.3%, 프랑스 1.3%이다. 홍콩 주식은 A주와 커플링이 강하기 때문에 2022년 하락장에서 중국의 해외 투자 ETF 성과도 좋지 않았다.

2023년 2월 12일 기준, 수익률 상위 10위 이내 해외 투자 ETF의 연간 수익률은 10~30%대다. 설립된 지 3개월 된 수익률 1위인 Huatai-PB CSI KRX China-South Korea Semiconductor ETF(513310)와 Guotai NASDAQ 100 ETF(513100), GF NASDAQ100ETF(159941) 모두 미국 시장을 추종한다.

ETF 선정 기준 4가지

주식형 ETF의 세분화에 따라 ETF 추종 지수도 갈수록 세분화되고 있다. 이에 따라 성과와 규모의 차이도 점점 더 확대되고 있으며 일부 조건을 충족하지 못한 펀드의 청산도 가속화하고 있다. 중국의 경우 연속 50영업일간 펀드 가입자가 200명 미만이거나 펀드의 순자산가치가 5천만 위안 미만인 경우 ETF가 청산된다.



테마형 인덱스 ETF는 정책이나 사건에 의해 추세가 결정된다. 단기간 폭발력이 강해 적시성이 중요하고, 회전이 빠르다.

ETF는 선발 기업 메리트가 상대적으로 강해서 먼저 시장을 점유한 자산운용사 혹은 먼저 출시된 상품이 더욱 강해지는 현상이 나타나기 쉽다. 때문에 소형 ETF는 청산 리스크에 직면할 수 있다. 윈드(Wind) 데이터에 따르면 2020~2022년에 청산된 ETF 수량은 각각 12개, 19개, 29개로 2015~2019년 대비 훨씬 속도가 빠르다. 투자한 ETF가 사라질 위험도 갈수록 커지고 있는 상황이다.

따라서 ETF 선정 방법이 더욱 중요해질 수밖에 없다. 다음 4가지 선정 기준으로 바라보는 것을 추천한다. 명확한 투자 목표와 더불어 본인의 리스크 선호도 매치, ETF 수수료, ETF 규모, ETF 추적 오차 등이다.

첫째, ETF가 다양한 만큼 투자 대상과 리스크, 수익률 특성도 다르기 때문에 본인의 리스크 선호도에 맞추는 것이 중요하다. 2022년 ETF의 수익률을 예로 들면, 통화형 ETF(달러, 엔 등의 통화 가치에 투자하는 ETF)와 채권형 ETF의 평균 수익률은 각각 1.7%와 0.4%였다. 통화형 ETF는 성과 차이가 0.8%이고, 채권형 ETF의 성과 차이는 14.5%였다. 이 두 가지 ETF에서 플러스 수익인 상품 비중은 각각 100%와 75%였다. 상품형 ETF는 평균 수익률이 11.9%로 가장 좋았다. 다른 대형 자산군에 비해 성과가 우수했기 때문이다. 상품 간의 성과 차이는 무려 57.6%다.

주식형 ETF와 해외투자 ETF는 2022년 증시 하락의 영향을 받았다. 주식형 ETF의 평균 수익률은 -21.7%로, 각 유형의 ETF 중 최하위이다. 성과도 60.7%나 차이가 나고, 플러스 수익의 상품 비중이 2.2%에 불과하다. 해외 투자 ETF

의 평균 수익률은 -13.8%, 성과 차이는 41.8%이며 플러스 수익 상품의 비중은 2%였다. 각종 ETF 상품 중에서 가장 수익을 내기 어려운 유형에 속한다.

반면, 채권형 ETF와 통화형 ETF는 상대적으로 안정적이다. 주식형과 상품형, 해외 투자 ETF는 더 높은 수익을 얻을 기회를 있지만, 수익률 변동성과 양극화 정도 역시 더 높아 신중해야 한다.

주식형 ETF의 세부 유형까지 살펴보면, 규모형 인덱스 ETF의 성과가 가장 안정적이나 약세장에서의 하락 방어 능력이 떨어진다. 반면, 업종 인덱스 ETF와 테마 인덱스 ETF의 경우, 업종과 테마를 잘 고르면 강세장에 고수익을 얻을 수 있음은 물론 물론 약세장에서도 괜찮은 수익을 거둘 수 있다. 하지만 ETF 간에 성과 차이가 크며 따라서 최악의 손실을

볼 수도 있다는 리스크를 고려해야 한다.

둘째, 수수료도 고려해야 한다. ETF는 패시브 투자 방식을 적용하여 액티브 운용펀드에 비해 낮은 운용비용이 장점이다. 주식형 ETF를 예로 들면 평균 운용 수수료는 0.44%이다. 평균 위탁 수수료는 0.09%로 두 비용의 합계가 일반 주식형 펀드 및 주식 혼합형 펀드에 비해 약 1.2% 더 저렴하다. 따라서 수수료는 패시브 투자의 최종 수익률에 뚜렷한 영향을 미친다. 주식형 ETF에서 매니저의 운용성을 강화한 ETF를 제외한 운용 수수료율 범위는 0.15~0.6%다. 위탁 수수료는 0.05~0.2% 사이이고, 위탁 수수료가 0.1%인 상품이 가장 많은 81.3%를 차지한다. 운용 수수료에 위탁 수수료를 더하면 0.2%~0.73%가 되고, 두 가지 수수료의 합산이 0.6%인 상품이 76.7%로 1위이다. 즉, 0.5%의 운용 수수료와 0.1%의 위탁 수수료 또는 2가지 수수료의 합산인 0.6%가 판단 기준이 된다.

통화형 ETF 규모가 가장 크다

셋째, 규모다. 규모는 시장의 인지도를 반영한다. 규모가 큰 ETF를 선택하면 청산될 위험이 덜하다. ETF 규모에 대한 통계를 보면 각 유형의 ETF 규모 사이에 양극화 정도가 비교적 크다는 것을 알 수 있다. 통화형 ETF의 평균 규모는 373억 위안이고, 최대 규모는 1,623억 위안으로 전체 ETF 중 가장 크다. 100억 위안 이상은 전체의 66.7%다. 따라서 통화형 ETF는 100억 위안 이상 규모가 비교적 투자하기에 좋다.

주식형 ETF는 18억 위안, 해외 투자 ETF는 24억 위안, 채권형 ETF의 평균 규모는 31억 위안이다. 주식형 ETF에서 5억 위안 이상의 상품은 절반 이하로, 거

연간수익률 상위 10위의 규모형 인덱스 ETF

코드	명칭	추종 지수	펀드 운용사	상장 이래 연간수익률
159681	Penghua ChiNext 50 ETF	ChiNext 50	평화펀드(鵬華基金)	70%
159682	IGW Enterprise Market 50 ETF	ChiNext 50	장순창펀드(鼎順長城基金)	60%
159630	China Universal CSI 100 ETF	CSI 100	후이토펜(匯添富基金)	47%
588460	Penghua SSE Science & Technology Innovation Board 50 Enhanced Strategy ETF	SSE STAR 50	평화펀드(鵬華基金)	38%
159627	ChinaAMC CSI 100 Index ETF	CSI 100	화사펀드(華夏基金)	38%
159680	CMF CSI 1000 Enhanced Strategy ETF	CSI 1000	자오상펀드(招商基金)	36%
561180	Fullgoal CSI 100 ETF	CSI 100	푸귀펀드(富國基金)	35%
159677	Yinhua CSI 1000 Enhanced Policies ETF	CSI 100	인화펀드(銀華基金)	33%
159675	Harvest ChiNext Board Enhanced Strategy ETF	ChiNext	자스펀드(嘉實基金)	32%
588320	GF CSI STAR & ChiNext 50 Enhanced Strategy ETF	CSI Star & ChiNext 50	광파펀드(廣發基金)	31%

규모형 인덱스 ETF 자산 규모 상위 10위

코드	명칭	추종 지수	자산 규모 (억 위안)	펀드 운용사	설립 시기
510300	Huatai-PB CSI 300 ETF	CSI 300	775	화타이보루이(華泰柏瑞)펀드	2012-05-04
510500	China Southern CSI 500 Index ETF	CSI 500	603	난팡펀드(南方基金)	2013-02-06
510050	ChinaAMC China 50 ETF	SSE 50	583	화사펀드(華夏基金)	2004-12-30
588000	ChinaAMC SSE STAR 50 ETF	SSE STAR 50	508	화사펀드(華夏基金)	2020-09-28
510330	ChinaAMC CSI 300 Index ETF	CSI 300	249	화사펀드(華夏基金)	2012-12-25
159919	Harvest CSI 300 ETF	CSI 300	210	자스펀드(嘉實基金)	2012-05-07
159915	E Fund ChiNext ETF	ChiNext 206	206	이팡다펀드(易方達基金)	2011-09-20
510180	Huaan Shanghai SSE180 ETF	SSE1 00	193	화안펀드(華安基金)	2006-04-13
588080	E Fund SSE STAR50 ETF	이팡다(易方達) SSE STAR 50	169	이팡다펀드(易方達基金)	2020-09-28
510310	E Fund CSI300 ETF	이팡다(易方達) CSI 300	167	이팡다펀드(易方達基金)	2013-03-06

자료: Wind, 신차이푸(新財富) 정리(2023년 2월 12일 기준)



주식형과 상품형, 해외 투자 ETF는 더 높은 수익을 얻을 기회는 있지만, 수익률 변동성과 양극화 정도 역시 더 높아 신중해야 한다.

의 30%에 달하는 ETF가 1억 위안 이하이다. 해외투자 ETF의 37.5%는 5억 위안 이상, 31.2%는 1억 위안 이하이다. 주식형 ETF와 해외투자 ETF 중 5억 위안 이상인 상품은 규모가 큰 편에 속하는 것이다. 채권형 ETF는 17개에 불과하고, 규모 차이도 상대적으로 적다. 10억 위안 이상 규모의 비중은 58.8%이고, 94.1%의 상품이 5억 위안 이상이나 5억 위안을 기준으로 투자하면 된다.

상품형 ETF의 자금은 주로 Huaan Gold ETF(518880), Bosera Golden ETF(159937), E Fund Gold ETF(159934) 등의 3가지 상품에 집중되어 있다. 기타 상품형 ETF의 평균 규모는 10억 위안 이하이며, 1억 위안 이하 상품이 42.1%를 차지한다. 따라서, 상품형 ETF를 선택할 때 규모에 대한 요건은 적당히 느껴

도 된다.

넷째, 추적오차이다. ETF의 목표는 추종 지수와 동기화하는 것이다. 거래 비용과 운용 효율 등의 요인으로 오류가 발생하면 추종의 정확성과 수익에 영향을 미칠 수 있다. 주식형 ETF의 추적오차는 6.5%, 4%, 3%, 2%의 4가지에 집중된다. 6.5%는 추적오차 최고치로, 모두 증강형(enhanced) ETF에서 비롯된다. 일정한 주관적 판단이 개입된 ETF의 추적

오차는 더 클 수밖에 없다. 추적오차가 4%와 3%인 주식형 ETF 상품 비중은 각각 4.6%와 1.1%를 차지한다. 대다수의 주식형 ETF 상품은 추적오차가 2%이며, 비중은 92.2%를 차지한다.

ETF의 급속한 발전은 기관과 개인 투자자들에게 다양한 자산시장에 참여할 더 많은 기회를 제공했다. 지난 10년간 ETF 운용 순자산가치 상위 10위권 펀드사의 규모 비중은 2012년 95%에서 2022년 79%로 하락했다. 업종의 편중도가 여전히 높지만 하락하고 있다는 것은 산업 구도가 아직 완전하지 않고 경쟁이 치열한 단계라는 것을 말해준다. 향후 ETF의 발전 구도와 투자 가치에 주목할 필요가 있다. ☞

➤
명확한 투자 목표와 본인의 리스크 선호도 매치, ETF 수수료, ETF 규모, ETF 추적오차가 ETF 선택의 기준이다.

리창은 총리의 무게를 감당할 수 있을까?

시진핑 주석의 신뢰를 받고 있는 리창 신임 총리. 정치적 데뷔 무대에서 그는 '시진핑'보다 '개혁 개방'을 더 많이 언급하며 내실 다지기에 주안점을 두었다.

글 콘도 다이스케 사진 GETTYIMAGES

2023년 3월 11일 중국 국무원 총리로 선출된 리창 총리는 시진핑 주석의 핵심 측근으로 분류되는 인물이다. 앞으로 임기 5년간 중국 경제 발전을 위해 다양한 정책을 펼칠 전망이다.



博鳌亚洲论坛 2023 年年会
BOAO FORUM FOR ASIA ANNUAL CONFERENCE 2023



시진핑 3기 정권의 핵심 인사는 리창 신임 총리다. 그는 2004년 11월 당시 저장성 당위 서기(성의 수장)였던 시진핑 주석에 의해 비서장(성의 서기의 제비서)으로 발탁된 이후 한 몸처럼 지낸 것으로 알려졌다. 두 사람이 형과 동생 같았다고 말하는 저장성 관계자가 있을 정도다.

그는 시진핑 정권이 출범하는 2013년 1월 저장성 성장에 취임했다. 2016년 6월에는 장쑤성의 당위 서기가 됐고, 2017년 10월 상하이시의 당위 서기가 되면서 승승장구했다. 모두 시진핑 주석의 지시에 따른 것이다. 그리고 지난해 10월 제20차 공산당대회에서 서열 2위의 상무위원에 올랐고, 올 3월에는 총리 자리에 앉았다. 언론이 붙인 '시진핑의 남자'라는 별명이 어색하지 않은 이유다.

3월 13일 리창이 총리로서 인민대회당의 금색대청에 모습을 드러냈다. 전국인민대표대회가 폐막함에 따라 연례 기자회견에 임한 것이다. 신임 총리로서의 데뷔 무대다. 300여 명 이상의 내외신 기자가 모여 그에게 질문을 던졌다.

먼저 새로 출범한 정부의 목표와 중점 방향을 묻는 질문에는 '인민'을 강조했다. 인민을 중심으로 한 발전 사상을 확고히 견지하는 것이 첫 목표인 것이다. 이어 언급한 '발전과 개혁 개방'은 기자들의 이목을 집중시켰다.

“발전의 목표는 ‘있느냐, 없느냐’의 문제가 아닌 ‘좋느냐, 나쁘냐’의 문제를 해결하는 데 있다”며, “개혁 개방의 길을 걸어가며 확고하게 그것을 심화해 나갈 것”이라고 강조했다.

구체적인 경제성장 정책과 관련해서는 편안, 안정을 의미하는 ‘온(穩)’이라는 단어에 힘을 주었다.

“각 분야의 요소를 종합적으로 고려해서 올해 경제목표는 5% 안팎으로 설

정했다”며, “안정된 상태에서 발전을 꾀한다는 ‘온중구진(穩中求進)’을 견지하고 온성장, 온취업, 온물가를 중점으로 경제를 V자로 회복시켜 나갈 것”이라고 설명했다.

리창 총리의 발탁이 이례적이라는 평가를 듣는 이유는 그가 중앙 행정 경험이 전무하고, 민영기업이 발전한 지역에서 오래 일해왔기 때문이다. 그래서인지 민영기업 발전 방향에 대한 질문에 대해서는 “시대가 민영 기업인들이 새로운 창업의 역사를 만들라고 요구한다”며 대답에 거침이 없었다.

“국유기업과 민영기업을 함께 발전시키는 것은, 우리나라 기본 경제체제의 중요한 내용이자 장기적 정책이며 앞으로도 불변의 원칙”이라며, “새로운 기점에서 서서 시장화, 법치화, 국제화의 비즈니스 환경을 구축해 나갈 것”이라고 설명했다. 그는 이어 “각종 기업을 평등하게 대우하고 기업의 지적재산권과 기업인의 권익을 법에 의해 보호하겠다”라고 덧붙였다.

수년째 이어지고 있는 취업을 하락과 인구 감소에 대한 질문도 이어졌다. 올해 중국의 대학교 예비 졸업 인구는 1,158만 명으로 추산된다. 이들을 사회에 안착시키는 문제가 남아 있다. 리창 총리는 취업 문제 해결점 역시 경제 발전에 있다고 설명했다. 고용 우선 전략 시행과 고용 서비스 및 기술 훈련 정책 지원에 더욱 힘을 실을 것이라 피력했다. 또한 인력자원은 인구 감소와 관계없이 여전히 중국의 장점임을 강조했다.

“우리 나라에는 9억 명에 가까운 노동력이 있고 게다가 매년 1,500만 명 이상이 가세하고 있다”며, “고등교육을 받은 인구는 24억 명이 넘어 새로운 노동력 평균 교육기간은 14년에 이른다”는 것이다. 인구 보너스는 사라질 수 있어도 인재 보너

스는 오히려 이제 막 형성됐다는 의미다.

간극을 좁히는 게 과제

1시간 23분에 걸친 기자회견에 리창 총리는 지친 기색 없이 시종일관 당당했다. 내용은 전임 리커창 총리와 크게 다르지 않았지만 준비한 종이를 읽지 않고 질문한 기자 쪽을 보며 말할 후, 말미에는 인사를 잊지 않았다. 불쾌한 질문이 날아와도 시선을 마주치며 정중히 대답했다.

회견 중에 시진핑이라는 단어는 7번 언급됐다. 의외로 언급 횟수가 적은 것이 인상적이었다.

리창 총리는 앞으로 긴 고난의 행군에 대비해야 할 것이다. 마오쩌둥을 닮은 사회주의자 시진핑 주석의 생각과 현실과의 간극, 모순을 어떻게 메울 것인가하는 문제가 남아 있기 때문이다. 기자회견 바로 몇시간 전 전국인민대표대회 마무리 중요 강연에서 시진핑 주석은 ‘공동부유’를 강조했다. 하지만 리창 총리는 개혁개방과 민영기업의 의의를 강조하며 차이를 보였다.

중국 1분기 성장률은 4.5%에 그치며 연간 목표 5% 달성에 실패했다. 시진핑 주석의 신임에 따라 씩씩진 총리라는 왕관의 무게가 사뭇 무겁게 느껴진다. 📌



리창 총리의 발탁이 이례적이라는 평가를 듣는 이유는 그가 중앙 행정 경험이 전무하고, 민영기업이 발전한 지역에서 오래 일해왔기 때문이다.

특집

14억 인도, 5G 시대가 열린다!

인도의 5G 서비스 시작으로 여러 산업 분야가 변화와 도약을 준비하고 있다.

글 Ashish Sinha 사진 SUTTERSTOCK

```

av45466sfdkldngkh84567846d56dfgdhdhdh
kfgk909e955k35klks85903596685
avdz56987889abcd1256545585555ae452r2e2c2c2
cef5ggh5ff62358fg8595252
kl4552ro455122222
</sc new date () | get times 45hj122
era41512 dg9099567867 abcd85555h8echr
</ert78755 ced98574
av45466sfdkldngkh84567846d56dfgdhdhdh
kfgk909e955k35klks85903596685
avdz56987889abcd1256545585555ae452r2e2c2c2
cef5ggh5ff62358fg8595252
kl4552ro455122222
</sc new date () | get times 45hj122
era41512 dg9099567867 abcd85555h8echr
</ert78755 ced98574
    
```

```

LET EXAMPLE = 5;
IF (EXAMAPLE === 5) {
  CONSOLE.LOG('RUNS');
} ELSE IF (TRUE) {
  CONSOLE.LOG('ELSE IF');
} ELSE {
  CONSOLE.LOG('ELSE');
  DOSOMETHING();
  THEN (RESULT => {
    CONSOLE.LOG (RESULT)
  });
  CATCH (ERROR => {
    CONSOLE.LOG (ERROR)
  });
}
    
```

```

00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
00000000000000000000000000000000
    
```



14억 인구를 가진 인도가 초고속 인터넷 서비스를 개시하며 5G 시대를 맞이했다. 지난해 10월부터 시작된 5G 서비스는 현재 인도 전역으로 확대되고 있다. 5G의 넓은 서비스 범위와 빠른 속도, 안정적인 통신 시스템 덕분에 온라인 소비를 비롯해 물류, 원격의료, 위성통신 등 여러 산업 분야가 변화와 도약을 준비하고 있다. 뉴델리에서 열린 5G 개통 행사에 참석한 나렌드라 모디 인도 총리는 “5G 기술은 통신 분야에 혁명을 일으킬 것이며, 우리는 새로운 시대를 향한 발걸음을 내딛었다”라고 기대감을 드러냈다. 전문가들은 인도의 5G 서비스 확대에 의해 2035년까지 4,500억 달러에 이르는 경제적 효과를 얻을 것이라고 전망하고 있다. 📡

- ① **Overview**
5G는 인도를 어떻게 바꿀 것인가?
- ② **Regulation**
5G 인프라 확장과 정부 통신 정책
- ③ **Retail**
5G 기술을 통한 차세대 소매 솔루션 구축
- ④ **Satcom**
디지털 평등을 위한 위성통신 네트워크



지난 2022년 10월에 열린 인도 모바일 콩그레스 행사. 인도는 이때 공식적으로 5G 서비스 개시를 발표했다.

5G는 인도를 어떻게 바꿀 것인가?

인도의 이동통신 시장이 무서운 속도로 발전하고 있다. 이러한 상황에서 5G는 어떤 촉매제 역할을 할지 전 세계의 관심이 뜨겁다.
글 이승기(KOTRA 압다바드 무역관장) 사진 SHUTTERSTOCK



인도 전자정보통신부는 지난해 10월 5G 주파수 경매를 진행했으며 총 낙찰가는 1.5조 루피로 21년 진행했던 4G 경매 때보다 거의 두 배 가까운 금액을 기록했다.

2022년 10월 모디 총리는 인도 모바일 콩그레스(IMC) 행사에서 공식적으로 인도의 5G 서비스 개시를 발표했다. 2015년 인도 정부가 디지털 인디아(Digital India) 발표를 통해 디지털 경제로의 전환을 그린 청사진을 발표한 지 7년 만이다. 2015년 3억 명도 안되던 모바일 인터넷 사용인구가 2022년에는 8억 명에 이를 정도로 증가했다. 4G 네트워크의 경우 2015년 인도 인구의 50%에서 시작해 현재는 인구의 99%에게 서비스를 제공하고 있다. 모바일 인터넷 가입자 세계 155위이던 인도는 1년 만에 모바일 인터넷 데이터 소비국 세계 1위 자리를 꿰찼다. 무서운 속도로 발전하고 있는 인도 이동통신 시장에서, 5G는 인도에 많은 변화를 가져올 것으로 전망된다.

인도 이동통신사 & 5G 주파수 경매

인도 이동통신업계의 최강자는 릴라이언스 인더스트리(Reliance Industries)의 회장 무케시 암바니가 지휘하는 지오(Jio)다. 인도 시가총액 1위 기업 릴라이언스는 2015년 인도 이동통신 시장에 뛰어 들었고 공격적인 마케팅 및 가격 경쟁력으로 인도 이동통신시장의 37%를 장악, 단숨에 1위를 차지했다. 2,3위는 각각 바

르티 에어텔(Bharti Airtel)과 보다폰 아이디어(Vodafone IDEA)가 차지하고 있다.

그러한 가운데 인도 전자정보통신부는 지난해 10월 5G 주파수 경매를 진행했으며 총 낙찰가는 1.5조 루피(24조원)로 21년 진행했던 4G 경매 때보다 거의 두 배 가까운 금액을 기록했다. 지오, 바르티 에어텔, 보다폰을 포함한 4개사가 입찰에 참여, 총 72,098 GHz 대역 중 71.1%인 51,236 GHz 주파수를 할당받았다.

이러한 가운데 인도 전자정보통신부는 2023년 9월부터 10월 사이, 최소 5G 이동통신 서비스 개시를 의무화했다. 지오와 바르티 에어텔은 2022년 10월부터 5G 서비스를 개시했다고 발표했다. 보다폰에서는 아직 구체적인 계획을 발표하지 않았으나 2023년 1월 트위터를 통해 뉴델리 지역에서 5G가 사용 가능하다고 밝혔다. 인도 정부는 최소 서비스 개시를 진행하지 않을 경우 벌금을 부과할 것이며 52주 이상 늦춰질 경우 경매 입찰 주파수 대역을 회수할 수 있다고 했다. 5G의 본격적 개막을 앞두고 있다. 과연 5G



'지오'는 인도 통신업계 최강자로 꼽힌다.

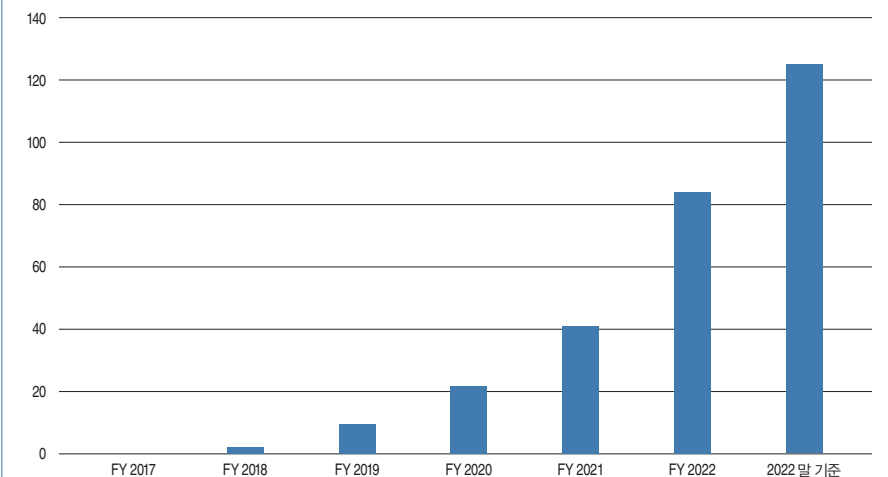
는 인도를 어떻게 바꿀까?

범국가적인 디지털 인프라 구축 가속화

인도 정부는 2016년에 UPI(Unified Payments Interface)라는 간편 모바일 결제 시스템을 성공적으로 구축한 바 있다. UPI는 쉽게 생각하면 QR코드를 찍어 금전을 거래하는 시스템으로 한국의 카카오페이와 비슷한 플랫폼이다. 다만 UPI는 국가차원의 디지털 전환을 위해 국가에서 운영하며, 실제 UPI를 통해 2022년 한 해 동안 인도 GDP의 86%에 해당하는 126조 루피가 결제되었다.

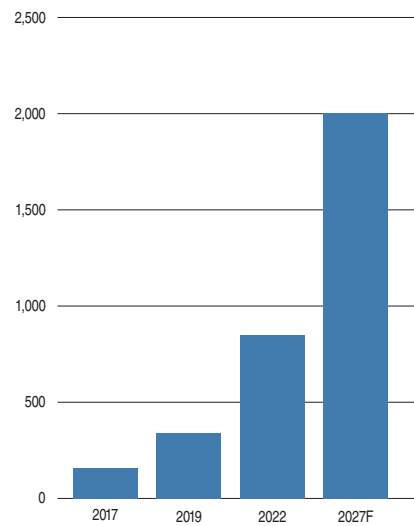
그밖에도 인도는 22년 12월 1일부로 디지털 루피(Central Bank Digital Currency, CBDC, e루피로 불리기도 함)

인도 연도별 UPI 디지털 결제 금액 (단위: 조 루피)



자료: RBI(인도중앙은행), NPCI(National Payments Corporation of India)

인도 전자상거래 시장 규모 (단위: 억 달러)



자료: IBEF

를 정식 발족했다. 디지털 루피는 은행 계좌가 없어도 휴대폰만 있으면 누구나 이용할 수 있다. 지정된 수신자에게 QR 코드나 SMS메시지를 보낼 수 있는 일종의 전자 바우처라고 보면 된다. 이처럼 인도 정부가 온 국민이 디지털 결제 시스템의 혜택을 누릴 수 있도록 국가적인 디지털 인프라 구축에 애쓰고 있는데, 5G는 이를 더욱 가속화하고 안정화하는 핵심적 요소가 될 것으로 보인다.

생활 패턴의 변화

인도 역시 코로나를 겪으면서 온라인 판매 시장이 크게 성장했다. 5G가 확산되면서 온라인 시장은 더욱 커질 것으로 보인다. 인도 조사기관 IBEF에 따르면 인도의 온라인 시장 규모는 2022년 730억 달러였으며 2027년까지 2천억 달러 규모로 성장할 것으로 내다봤다. 5G의 등장으로 인도 소비자는 이제 쉽게 온라인으로 옮겨갈 수 있는 디지털 결제 수단을

가지게 될 것이다.

또한 5G 기능을 활용하는 스마트기기, 즉 사물인터넷(IoT) 제품 시장도 크게 확대될 전망이다. 2023년 1월 삼성전자가 발 빠르게 인도 공장에서 IoT 기능이 탑재된 냉장고를 출시한 것도 상징적 사건이라 할 수 있다. 시장조사기관인 스태티스타는 2022년 이미 인도 가정 내에서 스마트기기가 활발하게 사용되고 있다는 보고서를 발간한 바 있다. 5G가 본격적으로 도입되면, 사물 인터넷 기능을 포함한 스마트 기기 시장 역시 크게 성장할 것으로 보인다.

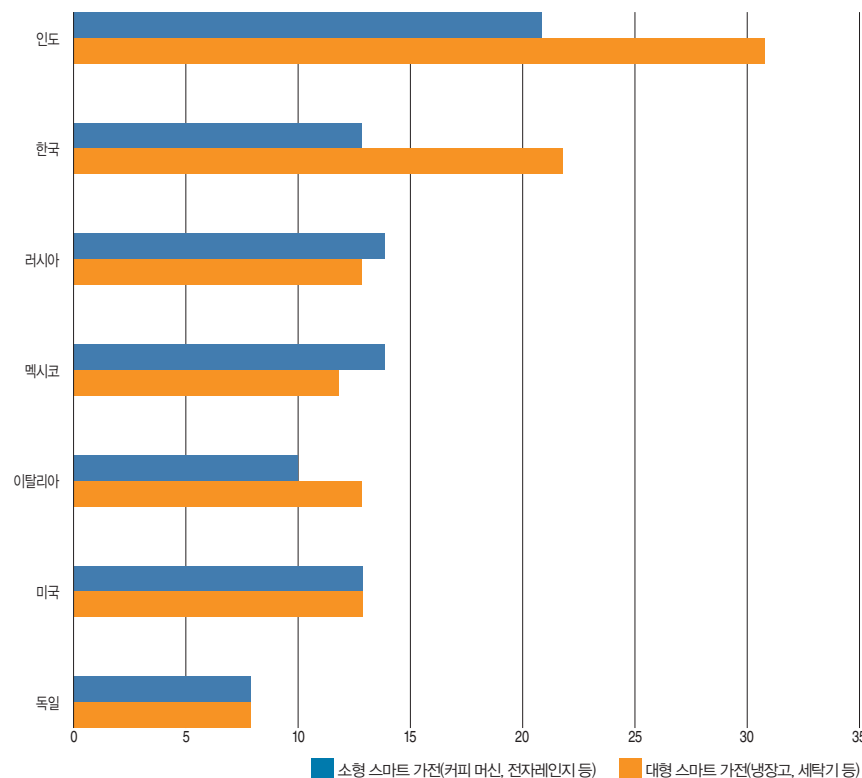
사회적 포용 확대

릴라이언스 무케시 암바니 회장의 아들이자 지오를 이끌고 있는 아카시 암바니 대표는 지난 2월 언론과의 인터뷰에서

5G는 인도의 의료 서비스, 교육, 농업 및 재해 관리를 변화시켜 도시를 더 스마트하게 만들고 사회를 더 안전하게 만들 것이라고 이야기했다. 5G 구급차는 원격 상담을 통해 병원에 데이터와 비디오를 실시간으로 전송할 수 있어 더 많은 생명을 살릴 수 있게 될 것이다. 또한 새로운 교육 애플리케이션 개발을 지원하고, 농업 생산성을 개선하고, 재해 복구 구역에서 고해상도 카메라로 수색 및 구조 임무를 수행할 수 있을 것으로 내다봤다.

올해 G20 의장국은 인도다. B20 등 다양한 회의가 열리고 있으며 전문가들이 공통되게 다루는 주제는 디지털 포용 정책(Digital Inclusion)인데 특히 그중에서도 금융 포용정책(Financial Inclusion)을 우선 순위로 이야기한다. 인도는 스마트폰이 확대되면서 금융시장이 대폭

세계 주요국 소형 및 대형 스마트 가전 보유율 (단위: %, 기준연도: 2022년)



자료: 2022 Statista Global Consumer Survey

확대될 것으로 예상하고 있으며 보스턴 컨설팅 그룹(BCG)에 따르면 2023년 인도의 디지털 대출 시장은 3,500억 달러에 이를 것이다. 인도 정부는 5G가 확산되면서 인도 내 소득격차 해소를 통해 극빈층의 수를 줄인다는 계획이다.

5G 도입으로 사회적 질 개선 기대

세계이동통신사업자연합회에 따르면 인도는 5G를 통해 2023년에서 2040년 사이 36조 4천억 루피 또는 2040년 GDP 예상치의 0.6% 이상의 혜택을 누릴 것으로 예측했다. 또한 21년 기준 모바일 생태계를 통해 340만 개의 직접적인 일자리 창출이 되었고 130만 개의 간접적 일자리가 창출된 것으로 발표했다. 5G 기술을 단편적으로 분석하면서 도입의 성공을 가늠하기란 어렵다. 여러 산업에 걸쳐 영향을 끼치는 파급 기술이기 때문이

다. 하지만 인도는 5G 도입을 계기로 제조업 활성화, 안정적 전기 공급 등 인프라 확대를 비롯해 저소득층 모바일 금융 서비스와 같은 사회적 포용 정책을 실현해 나갈 계획이다. 14억 국민들의 삶의 질을 한 단계 업그레이드하기 위한 매우 기본적이면서도 본질적인 기초 작업인 셈이다.

한국의 경우 주파수 할당 조건을 충분히 이행하지 않았다는 이유로 할당했던 주파수 가운데 일부를 회수하는 등 업계가 어려움에 봉착하기도 했다. 전문가들은 생각보다 더딘 5G 보급 속도 및 신규 시설 투자금에 대한 부담을 그 원인으로 지목했다. 인도 역시 비슷한 문제에 봉착할 것이다.

하지만 인도는 5G를 통해 사회적 격차를 줄이고 14억 인구의 경제를 활성화시킨다는 뚜렷한 목표를 가지고 있다. 실제

2022년 기준 인도의 이동통신 사용자 11억 4,302만 명 가운데 약 3억 명이 아직 인터넷을 사용해 보지 않은 것으로 조사됐다. 이 3억 명이 1G에서 4G를 뛰어넘어 바로 5G 세계에 입문한다고 상상해 보라. 인도 국민의 일상 풍경 자체가 크게 달라질 것이다. 인도의 5G 시대가 꺾이지 않고 계속해서 발전할 수밖에 없을 것으로 보는 이유가 바로 여기에 있다. 📡



인도는 5G 도입을 계기로 제조업 활성화, 안정적 전기 공급 등 인프라 확대를 비롯해 저소득층 모바일 금융 서비스와 같은 사회적 포용 정책을 실현해 나갈 계획이다.



인도 정부는 범국가적인 디지털 인프라 구축에 적극 나서고 있다.

5G 인프라 확장과 정부 통신 정책

인도 전역에 5G 도입이 본격화됨에 따라, 정부의 통신 정책도 새로운 상황에 맞춰 변화하고 있다.

글 Ashish Sinha 사진 SUTTERSTOCK

2022년 10월 인도에서 5G 서비스가 개시된 이후, 12개 주 280개 도시와 마을에서 초고속 인터넷을 사용할 수 있게 되었다. 이로 인해 웹사이트에 접속하거나, 파일을 업로드할 때, 또는 동영상을 다운로드할 때 인터넷 속도 때문에 시간이 지연되는 일이 사라졌다. 초고속 5G 서비스를 이용하면 어떠한 종류의 파일도 몇 초 안에 업로드나 다운로드가 가능해졌기 때문이다.

초고속 5G 서비스 시작

인도에서는 5G 서비스에 대한 추가 비용이 없다. 요금제는 향후 변경될 수도 있으나 통신사업자, 특히 릴라이언스 지오 인포컴(Reliance Jio Infocomm)과 바르티 에어텔(Bharti Airtel)은 5G 서비스를 위해 많은 투자를 아끼지 않고 있다. 두 회사는 올해 인도 전역에 5G 서비스를 제공할 계획이다.

릴라이언스 지오 인포컴은 무려 277개 도시에서 지오 트루(Jio True) 5G 서비스를 출시했다. 지오 트루를 사용하는 이들은 추가비용 없이 최대 1Gbps 이상의 속도로 무제한 데이터를 사용할 수 있다. 릴라이언스 지오 인포컴에 이어 두 번째로 큰 업체인 바르티 에어텔은 지난 2월 15일 코히마, 디마푸르, 아이자울, 강

독 등 북동지역 도시에 최첨단 5G 서비스인 에어텔 5G 플러스(Airtel 5G Plus)를 출시한다고 발표했다. 이 서비스는 이미 구와하티, 실롱, 임팔, 아가르탈라, 아타나가르에 제공되고 있다.

바르티 에어텔 관계자는 “하이테라바드에 있는 인도 최초의 라이브 5G 네트워크로부터, 벵갈루루 보시 사업장에 있는 인도 최초의 민간 5G 네트워크, 마힌드라&마힌드라 그룹과의 파트너십을 통한 인도 최초의 5G 지원 자동차 제조 공장 구축 등 우리는 5G 혁신의 선두에 서 있다. 우리의 5G 서비스를 통해 유심 변경 없이도 엄청난 속도의 인터넷을 경험할 수 있게 되었다”라고 밝혔다. 기존 바르티 에어텔의 4G 유심은 5G를 지원하며 기존 데이터 요금제로도 추가 비용 없이 5G로 사용이 가능하다.

인도 통신부의 보안 표준화 작업

5G 서비스를 위해서는 네트워크 기능 가상화(Network Function Virtualisation, NFV)와 같은 기술 변화가 필요하다. NFV는 네트워크의 방화벽, 트래픽 부하 제어 관리, 라우터 등 하드웨어 장비의 기능과 처리 기능을 소프트웨어로 구현하는 기술이다. NFV는 통신사업자가 운영 비용 및 자본 지출을 줄이는 데 도움을 주고, 통신사의 네트워크 확장을 더욱 쉽고 편리하게 해준다.



5G 서비스가 점차 확대됨에 따라 인도 통신부는 새로운 규제 정책을 마련하고 있으며 소프트웨어의 보안을 위한 표준화 작업도 구체적으로 실행하고 있다.



텔레이언스 지오 인포컴은 277개 도시에서 지오 트루 5G 서비스를 출시했다.

최근 인도 통신부는 NFV에 대한 보안 표준을 마련할 것을 제안했다. 글로벌 시장조사업체 카운터 포인트 리서치의 파브 샤르마 선임 애널리스트는 “5G 서비스를 위해서는 통신사업자, 클라우드 공급자, OEM 제조사 등이 함께 작업해야 하기 때문에 보안 표준화가 매우 중요하다. 통신사업자가 독자적 하드웨어에서 네트워크 기능을 실행하는 소프트웨어로 전환함에 따라 사이버 공격에 대응해야 할 필요성도 생겼다. 이러한 상황에 대비하기 위해서도 보안 표준화 작업이 필요하다”고 지적했다.

신기술 시장 조사 기관인 테크아크의 파이살 카우사 수석 애널리스트는 “우리는 5G 인프라에 더 많은 투자를 해야 한다. 통신탑, 광케이블 네트워크 등은 아직 규모가 작다. 비용 면에서도 효율적인 NFV는 인프라 구축을 가속화하는 데에 많은 도움을 줄 것이다. 따라서 NFV는 최적의 5G 경험을 창출하는 데 큰 원동력이 될 것이다”라고 설명했다.

또한 NFV의 보안 표준에 대해 파이살

카우사는 “NFV의 보안 표준이 대체로 동일한 내용을 다루고 있지만, 각 나라의 특성에 맞춰 표준 내용을 조정할 수도 있다”고 덧붙였다.

파브 샤르마 애널리스트도 “표준화 작업은 모바일 네트워크 전반에 걸쳐 합의된 기준을 만드는 것이다. 그러나 상황 및 지역에 따라 보안 요구 사항이 다르므로, 건강한 생태계를 유지하기 위해서는 이를 고려한 가이드라인을 시행해야 한다”고 강조했다. 이어 그는 “NFV 및 관련 기술의 경우, 세계이동통신표준화기구(3GPP), 국제전기통신연합(ITU), 국제표준화기구(ISO) 등 여러 기구의 표준을 참고한 후, 인도에 맞는 포괄적인 초안을 작성한 상태다”라고 밝혔다.

5G 요금제와 서비스 방식의 차이

통신사업자가 5G 서비스를 개발하고 보급하는 데 큰 비용을 투자해야 하는 상황임에도 불구하고, 현재 모든 서비스 공급자는 5G 서비스를 ‘추가 비용 없이’ 제공하고 있다. 카우사는 “5G 서비스는 상업화 초기 단계에 있으므로 보다 많은 사용자가 5G를 경험할 수 있도록 해야

➤
“앞으로 통신사업자는 5G 서비스와 관련하여 규제 정책을 준수해야 한다. 인도 통신부는 NFV의 보안 기준에 대해 각 회사에 의견을 요청했다.”

한다. 이 단계에서 소비자의 진입 장벽을 최소화해야만 한다. 만약 5G 요금제를 따로 부과한다면 소비자는 5G 사용에 대해 부담을 느낄 수도 있을 것이다”라고 분석했다.

샤르마는 “5G 서비스 사용자가 어느 선까지 도달하면, 통신사업자는 그에 맞춰 요금을 조절할 수도 있을 것이다”라고 전망했다.

현재 제공되고 있는 5G 서비스의 품질에 대해 카우사는 “5G 서비스는 여러 도시와 지방에까지 널리 확장되고 있으나, 초기 단계이기 때문에 여전히 품질 문제가 발생하고 있다. 하지만 앞으로 2~3개월 내에 인도에서는 강력한 5G를

“지역에 따라 요구 사항이 다르므로, 건강한 생태계를 유지하기 위해서는 이를 고려한 표준과 가이드라인을 시행해야 한다”

파브 샤르마
 카운터 포인트 리서치, 선임 애널리스트



“5G 서비스는 상업화 초기 단계에 있으므로 보다 많은 사용자가 5G를 경험할 수 있도록 해야 한다. 이 단계에서 소비자의 진입 장벽을 최소화해야만 한다”

파이살 카우사
 테크아크, 수석 애널리스트



경험하게 될 것이다”라고 확신했다.

현재 통신사업자가 제공하는 서비스는 조금씩 다르다. 에어텔은 LTE와 5G

망을 혼합하여 사용하는 방식인 데 반해, 지오의 경우 5G 전용 방식을 채택하고 있다. 에어텔의 방식은 이미 사용되고 있다. 4G에서 네트워크를 지원하기 때문에 5G 사용을 위한 별도의 무선 네트워크가 필요하지 않다. 따라서 저렴한 비용으로 5G 서비스를 출시할 수 있다. 반면 지오의 5G 전용 방식은 4G 네트워크에 전혀 의존하지 않기 때문에 보다 빠르고 진보한 방식이라고 볼 수 있다.

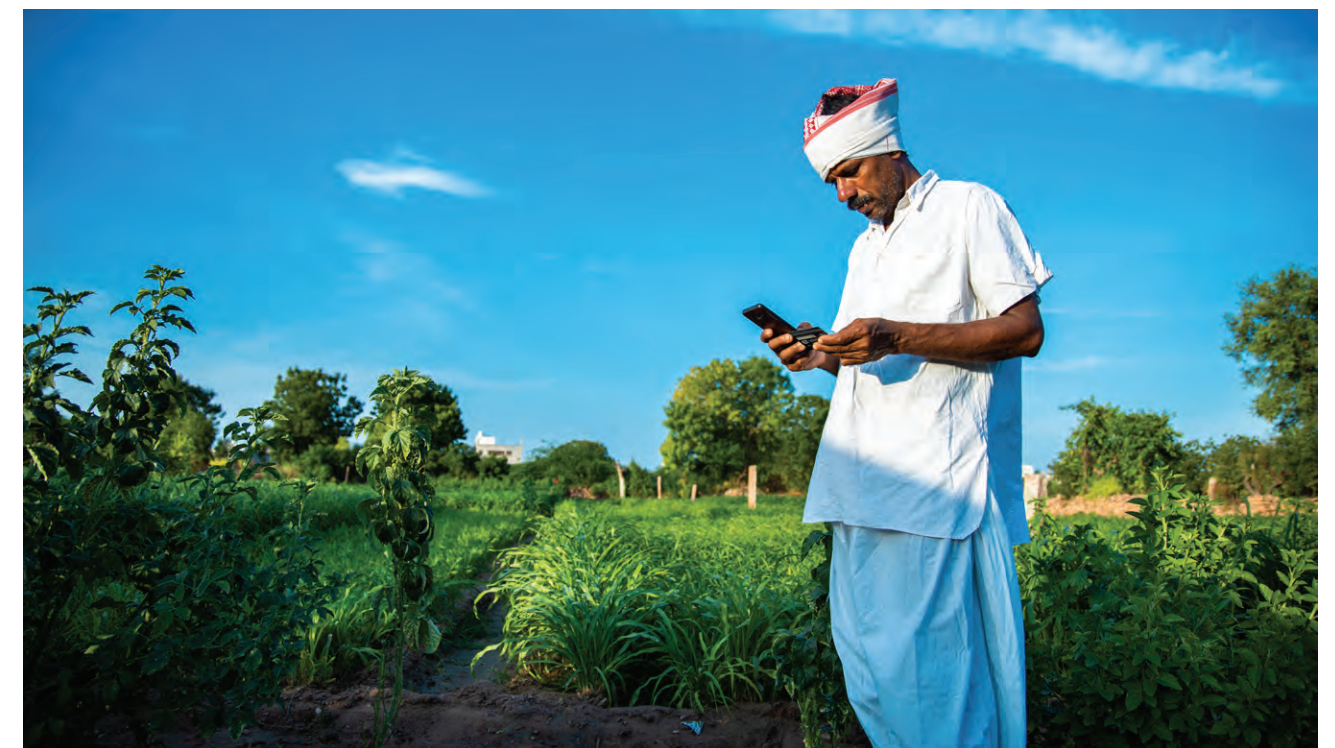
새로운 시대를 위한 기대감

5G 서비스를 위해서는 자체 기지국이 필요하다. 기지국은 사용자 기기와 네트워크 간의 무선 통신을 용이하게 해주는 장치이다. 지난해 10월, 인도 통신부의 아시아니 바이시나우 장관은 통신사에게 매주 1만 개의 5G 기지국 설치를 요청했고, 현재까지 5G 서비스를 위한 기지국이 6만 6,592개 설치되었다. 아시아니 바이시나우 장관의 요청 이후 기지국 설

치는 3배나 증가했다.

앞으로 통신사업자는 5G 서비스와 관련하여 변화된 규제 정책을 준수해야 한다. 인도 통신부는 NFV의 보안 기준에 관하여 각 회사에 의견을 요청해 놓은 상태다. 이는 기업의 비용에 직접적인 영향을 미치는 핵심 요소이기 때문이다. 인도 통신규제청(Telecom Regulatory Authority of India) 역시 5G 서비스 및 4G 서비스와 관련해, 통신사업자가 정해진 규제와 가이드라인을 유지해야 한다는 점을 분명히 했다.

5G 서비스는 인도 전역으로 확대되어 계속 출시되고 있다. 지난해 뉴델리의 5G 개통 행사에 참석한 나렌드라 모디 인도 총리는 5G 기술에 대해 ‘통신 분야의 혁명’이자 ‘새로운 시대를 향한 발걸음’이라고 표현했다. 인도의 5G 인프라가 확대됨에 따라, 여러 산업 분야에서 효율성을 크게 개선할 것으로 기대를 모으고 있다. 📡





5G 기술을 통한 차세대 소매 솔루션 구축

5G 기술로 인해 인도의 소비 문화가 180도 달라지고 있다. 소매업체는 최신 기술을 적극 활용해 새로운 소비 방식을 위한 솔루션을 구축하고 있다.
글 Prashant Lohia 사진 SUTTERSTOCK

인도의 대규모 힌두교 축제 행사인 디왈리(Diwali)는 인도 소매업체에게는 매출

을 올릴 수 있는 가장 좋은 기회로 꼽힌다. 지난 2년 동안 팬데믹으로 인해 축제를 즐기지 못했던 인도인들은 디왈리 축제가 다시 열리기만을 손꼽아 기다렸다.

그리고 오래토록 기다렸던 디왈리 축제의 막이 오르자 금, 자동차, 의류 등을 비롯한 다양한 제품 판매가 급증해 인도 소매업체에게 큰 수익을 안겨주었다.

인도 소비 문화의 변화

올해 디왈리 축제의 소비 양상이 그 전과 달라진 점은, 상당 부분 온라인을 통해 이루어졌다는 사실이다. 이는 장기적 관점으로 봤을 때 인도 소비자의 쇼핑 문화가 오프라인에서 온라인으로 이동하고 있음을 보여주는 것이다. 소비자는 좀 더 쉽고 빠른 쇼핑을 선호하고 있고 이러한 흐름은 기술의 발달과 더불어 더욱 확대되고 있다. 디지털 솔루션이 확산됨에 따라 온라인 쇼핑은 대도시에서 소도시로 퍼져나갈 것으로 예상된다. 주요 도시에서는 밀레니얼 세대가 소매 관련 기술의 발전을 촉진시키고 있다. 이들은 높은 구매력을 지녔으며 새로운 기술에 대한 호기심이 높기 때문이다.

특히 2년 동안의 팬데믹을 거치면서 인도 소비자의 소비 문화는 극적으로 변화하였다. 팬데믹 이후 소비자는 빠른 배송, 소셜 미디어 트렌드에 맞는 쇼핑을 기대한다. 소비자의 우선 순위가 새로운 영역으로 옮겨가고 있는 것이다. 소매업체 역시 소비자의 니즈에 발맞춰 혁신적인 기술을 적극적으로 활용하며, 새로운 소비 문화를 함께 만들어가고 있다.

인도 소매업의 변화를 이끄는 기술 중 크게 두 가지를 꼽을 수 있다. 첫째는 5G 기술이고, 둘째는 플랫폼이다. 첫 번째 5G 기술과 소비 문화의 변화부터 살펴보자. 통신사업자가 초고속 5G 서비스를 제공하기 시작하면서 인도 소비 문화는 크게 달라졌다. 5G 서비스는 소비자의 소매 경험을 극적으로 바꾸며 재정의하는 수준에까지 이르렀다. 또한 5G 서비스가 보편화됨에 따라 대도시 이외 작은 지역 도시에서까지 온라인 소비가 폭증할 것으로 예상된다. 5G는 소비자가 매장에서 물건을 고르고, 판매자에게 결제하고, 물건을 받는 일체의 과정을 모



5G 서비스의 제공과 동시에 인도 소비 문화는 크게 달라졌다. 5G 서비스는 소비자의 소매 경험을 극적으로 바꾸며 재정의하는 수준에까지 이르렀다. 또한 5G 서비스가 보편화됨에 따라 대도시 이외 작은 지역 도시에서까지 온라인 소비가 폭증할 것으로 예상된다.

두 바꾸고 있다.

둘째는 플랫폼인데, 이 역시 5G 기술이 뒷받침되어야 제대로 활용이 가능하다. 젊은 소비자가 원하는 것은 쉽고 빠르게 물건을 살 수 있는 시스템이다. 소매업체는 매장의 재고 여부 확인, 배송 속도, 신속한 환불 절차 등에 대한 솔루션을 제공해야 하고, 이러한 프로세스가 원활하게 이루어지는 시스템, 즉 플랫폼을 갖춰야 한다. 인도의 온라인 매장은 이제 모바일 테크놀로지에 대한 모든 솔루션을 제공하고 있으며 소매업체는 플랫폼 구축에 많은 투자를 진행하고 있다.

5G 시대의 쇼핑 문화와 미래

인도의 밀레니얼 세대 소비자는 디지털 결제 솔루션을 사용하는 것을 더 편하게 여긴다. 이런 요구에 부응해서 소매업체는 지문이나 안면 인식 등 안전한 방법으로 결제를 할 수 있는 솔루션을 제공하고 있다. 이 역시 5G 서비스 기술이 뒷받침되어야 가능한 것이다. 더 나아가 소비자들의 구매 패턴을 분석해 맞춤형 서비스가 가능하도록 효과적인 빅데이터 시스템을 갖춰나가고 있다. 이를 통해 소매업체는 특정 소비자에게 맞춤형 상품

및 서비스를 제공할 수 있게 될 것이다.

그 다음 단계로 AR/VR과 같은 기술이 도입될 전망이다. 이러한 기술은 소비자가 좀 더 생생하게 제품을 경험하고 매장에서 실제로 제품을 구입하는 것과 같은 효과를 줄 수 있다. 소비자는 몰입형 기술을 통해 자신에게 맞는 상품인지 직접 확인해 보고, 실시간으로 의견을 구할 수도 있게 될 전망이다.

기술의 발달과 더불어 소매업체가 신경 써야 할 가장 큰 과제는 보안 및 개인정보 보호 측면이다. 앞으로의 보안 시스템 구축 역시 5G 기술 없이는 이루어질 수 없으며 이외에 인공지능 기반의 마케팅 자동화 등을 통해 보안과 비즈니스 효율성에도 비약적인 진전이 이루어질 전망이다.

변화하는 세상 속에서 소비자가 진화해 감에 따라 소매업은 소비자 경험에 더 많은 중요성을 둘 것이다. 온라인 매장은 소비자에게 물건을 파는 공간 그 이상의 역할, 즉 기억에 남는 경험을 제공하는 플랫폼으로 변화하고 있다. 인도의 소매업체와 소비자 모두 5G 기술에 대한 기대감이 날로 커지고 있는 이유가 바로 이것이다. ☞



온라인 소매 관련 소프트웨어 개발 업체 기네시스(Ginesys)의 최고 경영자 프라산트 로하야.

디지털 평등을 위한 위성통신 네트워크

외딴 지역에 사는 사람들까지 5G 디지털 혜택을 제공하기 위해 인도는 위성통신을 통한 시스템을 구축하고 있다.

글 A.K Bhatt 사진 SUTTERSTOCK



지난 20년 동안의 기술 발전으로 인해 전 세계 통신 시스템은 크게 진화하고 있으며, 특히 인도에서는 인터넷 가입자 수가 현재 6억 5,800만 명으로 증가하였다. 어느덧 인터넷은 공공재로 분류되고 있고, 이는 사람들에게 정보 및 교육 자원에 더 많이 접속할 수 있는 기회를 제공했다. 이러한 정보 및 교육 자원을 통해 지역 경제가 활성화되었고 모든 종류의 상품 및 편의 시설을 좀더 저렴한 가격에 누릴 수 있게 되었다.

지역 사회의 디지털 불평등

그러나 여전히 많은 인도인이 초고속 인터넷 서비스에 접근하지 못하고 있는 상황이다. 인도 역시 첨단 5G 통신 서비스가 확대되고 있지만 험난한 지형, 열악한 통신 인프라, 통신 회사의 낮은 수익으로 인해 외딴 지역에 사는 많은 사람이 디지털 혜택을 받지 못하고 있다. 이러한 상황은 결과적으로 사회적 불평등뿐 아니라 젊은 층의 대규모 이주, 지리적 고립, 농촌 지역 경제 자원 부족 등의 문제를 악화시키고 있다. 이처럼 '디지털 격차'가 계속됨에 따라 인도 정부가 추진하는 디지털 기반 계획이 확대되지 못하고, 교육 및 의료 분야, 국가 경제에 많은 영향을 미치고 있다.

인도의 상당 부분이 아직 디지털 네트워크로 연결되지 않은 상태로 남아 있기 때문에, 이러한 디지털 격차는 광섬유화 및 지상 통신 인프라의 개선을 통해 극복해야 한다. 세계은행 및 ITU(국제전기통신연합) 통계에 따르면 초고속 인터넷 보급률이 10% 증가하면 국가 GDP가 0.8~1.5% 증가한다. 초고속 인터넷 서비스는 소외된 지역의 연결성을 확보해 줄 뿐만 아니라 디지털 혜택을 전파하는 결정적인 기술이다. 인도 통신규제청

(Telecom Regulatory Authority of India, TRAI)의 성과 지표 보고서에 따르면, 현재 농촌 인구의 37%만이 기본적인 수준의 인터넷 연결망에 접근할 수 있다. 지상파 네트워크의 문제로 인해 농촌 지역은 더 빠른 인터넷 서비스를 받기 어렵고, 통신 회사는 광대역 리소스를 도시 중심지에만 집중하고 있기 때문이다.

위성통신 솔루션의 필요성

위성통신 시스템은 농촌 지역의 지역적 장벽을 해결할 수 있는 가장 유망한 솔루션 중 하나다. 나렌드라 무디 인도는 총리는 인도 내 우주 산업의 민영화와 위해 정책적인 지원을 아끼지 않고 있다. 이러한 정책적 지원으로 인해 저궤도 위성통신 스타트업이 만들어졌고, 외딴 지역에까지 저렴한 초고속 서비스를 제공할 수 있게 되었다. 저궤도 위성의 활용으로 위성통신 시스템을 구축할 수 있게 되었으며 이로 인해 농촌 및 지역 사회에 디지털 혜택을 늘려나가고 있다. 또한 인도는 지형적 특성으로 인해 다양한 해양 관련 문제를 안고 있는데, 위성통신 시스템을 통해 재난 관리 활동에도 도움을 받을 수 있다.

한편 인도 농촌 지역에 광섬유 네트워크를 설치하는 भारत(Bharat) 프로젝트의



위성통신 시스템은 농촌 지역의 지역적 장벽을 해결할 수 있는 가장 유망한 솔루션 중 하나다. 정책적 지원으로 인해 저궤도 위성통신 스타트업이 만들어졌고, 외딴 지역에까지 저렴한 초고속 서비스를 제공할 수 있게 되었다.



인도 우주협회
사무총장
A. K. 바트

진행으로, 인도 농촌 지역에 와이파이 서비스가 크게 확대되고 있다. 따라서 위성통신 시스템은 디지털 전환에 중요한 역할을 할 것이다.

인도의 소도시와 지역에까지 디지털 서비스를 제공하려면 기술 개발은 물론 인프라 구축, 저렴한 사용료 등 몇 가지 전제 조건이 먼저 해결되어야 한다. 현재 진행하고 있는 위성통신 산업은 기존 지상파 네트워크 개발과 함께 병행되어야 하므로, 이와 관련된 경제적 가치 및 기회비용 측면에서의 장단점을 신중하게 고려해야만 한다. 인도 전역에서 초고속 인터넷 접속이 가능한 환경을 만들기 위해서는 지상통신 시스템과 위성통신 시스템이 융합되어야 하기 때문이다.

현재 인도에서는 위성통신 서비스가 초기 진행 단계이기 때문에 막대한 지원을 필요로 할 것이다. 초고속 인터넷 사용이 어려운 지역을 위한 네트워크 시스템을 구축하고, 차세대 위성통신 시스템의 연구 개발을 위해서는 정부 차원의 인센티브와 보조금 지원이 필요하다. 이러한 노력과 지원을 바탕으로, 머지않은 미래에 소외된 지역의 사람들도 초고속 서비스 혜택을 누릴 수 있게 될 전망이다. ☞

타타 컨슈머 프로덕츠의 즐거운 티 타임

다양한 프리미엄 브랜드와 제품군을 보유한 식음료 기업 타타 컨슈머 프로덕츠가 인도 식료품 분야에서 큰 도약을 준비하는 중이다. 트렌드에 맞춘 새로운 제품 개발과 포트폴리오 확장으로 인도 시장에서 뜨거운 인기를 얻고 있다.

글 Ashish Sinha 사진 SUTTERSTOCK

인도 식음료 분야 대기업인 타타 컨슈머 프로덕츠(Tata Consumer Products, TCPL)가 인도 소비자에게 큰 인기를 얻으며 급부상하고 있다. TCPL은 지난 몇 년간 매출이 크게 증가했다. 다양한 프리미엄 브랜드와 제품군을 비롯해 차(tea), 소금, 커피 및 음료 분야의 사업은 TCPL의 주요 수익 창출원으로 떠올랐다. 이외에도 향신료, 간편 조리 제품, 생수에 이르기까지 다양한 제품의 매출도 큰 폭으로 늘었다. 최근에는 커피 제품이 큰 인기를 얻으면서 매출이 급상승했다. 타타 삼판(Tata Sampann), 너리시코(NourishCo), 타타 소울풀(Tata Soufull)과 같은 계열사의 신사업 역시 좋은 평가를 얻고 있다.

소비자를 사로잡은 다양한 포트폴리오

TCPL의 수닐 디 수자 최고경영자는 “지난 몇 년 동안 우리는 차와 소금 브랜드의 성장 덕분에 좋은 성과를 거두었다. 지난 3년 동안 차 카테고리는 한자리 후반대의 성장세를 보였으며 소금은 19%의 연평균성장률(CAGR)을 기록했다. 브랜드의 고급화, 건강 및 웰니스 플랫폼

구축, 브랜드 커피 포트폴리오 강화 등 몇 가지 카테고리에서 혁신을 단행해 소비자에게 큰 호응을 얻었다”고 설명했다.

특히 차는 TCPL의 주요 수입원 중 하나다. 인도는 전 세계 두 번째 규모의 차 생산국일 뿐만 아니라 상위 5대 수출국이고 주요 소비국이기도 하다. 인도 국내 시장뿐만 아니라 수출에서도 차 사업의 중요성은 매우 크다.

TCPL의 차 부문 사업에 대해 인도 ICICI 증권사의 마노즈 메논 리서치 센터장은 “TCPL은 차 부문에서 큰 성장을 이뤘다. 지난 3년간 시장에서 점유율을 높일 수 있었던 것은 로컬라이징 전략,



특히 차는 TCPL의 주요 수입원 중 하나다. 인도는 전 세계 두 번째 규모의 차 생산국일 뿐만 아니라 상위 5대 수출국이고 주요 소비국이기도 하다. 인도 국내 시장뿐만 아니라 수출에서도 차 사업의 중요성은 매우 크다.



타타 컨슈머 프로덕츠는 뭄바이 증권거래소(BSE)와 인도국립주식거래소(NSE), 런던거래소(LSE)에 상장되어 있다.

최고경영자 수닐 디 수자 인터뷰 “소비자를 사로잡은 비결은 바로 혁신이다”

지난 3년간 사업에 대해 평가한다면?

지난 3년 동안 우리는 성장 궤적을 가속화하는 데에 필요한 기반을 탄탄하게 구축했다. 식료품을 비롯한 생활소비재 분야의 선도 기업이 되기 위한 우리의 여정은 순조롭게 진행되고 있다. 우리는 사업의 범위를 확장시키는 데 상당한 진전을 이루었다. 핵심 비즈니스를 통해 우리의 사업 역량을 강화하고, 혁신적인 제품도 큰 인기를 얻고 있다.

신규 사업은 어떠한가?

타타 삼판, 너리시코, 타타 소울풀 등의 신규 사업이 순조롭게 진행되고 있으며 우리는 이를 더욱 가속화할 계획이다. 핵

심 사업(차, 커피, 소금) 외에도 F&B 플랫폼에 주력하고 있다. 특히 소비 수요가 크게 늘어난 간편조리 제품과 생수, 단백질 제품이 시장에서 좋은 반응을 얻고 있다.

성장 사업 및 기여도는 어떠한가?

차 분야의 성장이 크게 늘었고, 앞으로도 이 분야의 투자를 계속 늘려나갈 계획이다. 소금 분야 역시 지난 3년 동안 연평균 성장률 19%를 기록했다. 우리에게 시장이 이끌 리더십이 있고, 실제로 매출을 늘려나가고 있다. 또한 인도 남부 시장을 타깃으로 한 소금 제품을 출시해 차별화한 전략으로 큰 주목을 받고 있다.



최근 출시된 제품들이 큰 인기를 얻고 있는 비결은 무엇인가?

크게 두 가지를 꼽을 수 있다. 첫째는 고급화이고, 둘째는 포트폴리오 강화이다. 이 두 가지를 통해 우리는 지속적인 성장을 거둘 수 있었다. 또한 우리는 신속한 배달 서비스가 이루어질 수 있게 판매와 유통망을 강화했다. 대도시 이외에 지방 유통 네트워크를 정비해, 현재 우리의 직매장은 50만 개에서 150만 개로 늘어났다.

“지난 3년간 TCPL이 시장 점유율을 높일 수 있었던 비결은 로컬라이징 전략, 유통 확대, 차별화된 제품 출시 등을 꼽을 수 있다”

마노즈 메논 센터장
ICICI 증권 리서치



유통 확대, 차별화된 제품 출시 덕분에 분석된다”고 밝혔다.

또한 지난 3년 동안에는 거의 모든 기업이 팬데믹으로 인해 생활소비재(FMCG)를 포함한 모든 분야에서 사업적 손실을 입었다. 이러한 팬데믹 기간 동안에도 TCPL은 과감하게 소울풀(Soulfull) 브랜드를 인수해 이후 이름을 타타 소울풀로 변경했다. 타타 소울풀은 아침식사용 시리얼, 건강 스낵, 식물성 단백질 음료 등 인기 제품 포트폴리오를 보유하고 있다.

디 수자 최고경영자는 “타타 소울풀 제품은 기존 제품의 포트폴리오를 보완해 주었고, 최근 빠르게 성장하고 있는 건강 스낵 및 간편식 분야에 기회를 열었

다. 좀 더 새로운 소비 트렌드에 맞는 제품 포트폴리오를 확장하는 데 큰 도움이 되고 있다”고 강조했다. TCPL은 간편조리 제품 분야의 포트폴리오 확장을 위해 타타 스마트푸드즈(Tata SmartFoodz)도 운영하며 차별화된 간편조리 제품을 출시하고 있다.

고급화 전략으로 차별화

TCPL은 최근 고급화 전략을 통해 상당한 매출 이익을 남겼다. 디 수자 최고경영자는 특히 차 카테고리의 고급화에 중점을 두고 있음을 밝히면서 “우리의 프리미엄 브랜드는 그 어떤 다른 사업 분야보다 빠르게 성장하고 있다. 우리 기업은 테틀리 이문 티백, 타타 티 골드 케어, 차



최근 인도 국내 소비는 호텔, 식당, 카페와 같은 부문의 소비가 살아나고 있다. 이와 같은 추세는 기업들에게도 큰 기회가 될 것으로 보이고, 변화하는 맛과 선호도에 맞춘 프리미엄 제품의 수요로 인해 성장은 계속될 것으로 예상된다.

크라 골드 케어 등과 같은 제품을 통해 건강 및 웰니스 포트폴리오를 강화했다. 또한 타타 티 골드 샤프란 등 다양한 차 제품을 출시함으로써 혁신을 가속화하고 있다”고 덧붙였다.

인도 신용평가 기관인 CRISIL 레이팅스의 아누즈 세티 이사는 차 소비 증가에 대해 설명하면서 “인도의 차 소비는 지난 4~5년 추세와 비슷하게 2~3% 비율로 성장할 것으로 본다. 최근 인도 국내 소비는 호텔, 식당, 카페와 같은 부문의 소비가 살아나고 있다. 이와 같은 추세는 기업에게도 큰 기회가 될 것으로 보이고, 변화하는 맛과 선호도에 맞춘 프리미엄 제품 수요로 인해 성장은 계속될 것으로 예상된다”고 설명했다.

소금 부문에서도 TCPL은 시장 입지를 확장하기 위해서 다양한 프리미엄 소금 제품을 출시했다. 디 수자 최고경영자

는 “차와 소금 전반에 걸쳐, 우리는 지역 소비자를 끌어들이기 위해 남부에 특화된 상품을 출시하여 인도 남부에서의 입지를 강화했다. 타타 솔트의 ‘수드’ 제품은 남부의 소비자 니즈에 맞춰 특별히 신규 출시한 제품이다”라고 밝혔다.

커피 분야도 예외는 아니다. TCPL은 소네트, 타타 커피 골드, 타타 커피 그랜드 프리미엄 등의 제품을 선보이며 고급화를 추구하고 있다. 계열사인 타타 삼판에서도 고급 상품인 건조 과일 제품을 개발했다. 또한 ‘타타 고핏’이라는 식물성 단백질 파우더를 출시하면서 고객층을 더욱 확장하고 있다.

메논 ICICI 증권 리서치 센터장은 “TCPL의 성장 배경에 대해 세 가지 이유를 꼽을 수 있다. 첫째, 매장을 50만 개에서 150만 개로 늘려 직접 유통을 확대시킨 점이다. 둘째, 가파르게 원가가 올랐지만, 차와 소금 판매가격도 같이 인상할 수 있었다. 셋째, 포트폴리오의 고급화 전략과 차 분야의 지역화 전략이 성장의 열쇠가 되었다”고 설명했다.

앞으로의 전망 및 과제

CRISIL 레이팅스의 아누즈 세티 이사는 “지금까지는 기업이 인플레이션의 영향에 대응하면서 매출 증가보다는 가격 인상 덕분에 많은 수익을 얻었다. 기업은 농촌 유통망을 강화하고 공급망 관리에 집중함으로써, 곧 늘어날 농촌 수요에 대해 선제적 투자를 하고 있다. 앞으로는 물량 증가가 가격 증가를 넘어설 것으로 예상된다”고 전망했다.

앞으로 TCPL의 성장에 대해, 전문가들은 중점을 둘 주력 분야가 현재의 핵심 사업(차, 커피, 소금)을 비롯해 젊은이들에게 인기를 얻고 있는 간편조리 제품 및 단백질 제품 등이 되어야 한다고 지적했다. 디 수자 최고경영자 역시 “새로운 트렌드에 맞춘 제품을 앞으로도 계속 출시할 계획이다. 단기적으로 우선 순위는 기존 사업을 성장시키면서 식음료 산업 역량을 강화하는 것이지만, 우리는 혁신적인 여정을 통해 수익성 있는 제품을 끊임없이 출시할 것이다”라고 앞으로의 계획을 밝혔다. ☞



차는 TCPL의 주요 수입원 중 하나다. 인도는 전 세계 두 번째 규모의 차 생산국이자 주요 소비국으로 꼽힌다.



NEXT CHINA

인도 투자의 매력

최근 미국을 비롯한 글로벌 국가들이 '넥스트 차이나'로 인도를 언급하는 이유와 인도가 가지고 있는 경쟁력에 대해 알아보자.

글 안상혁(미래에셋자산운용 ETF 마케팅팀 팀장) 사진 SUTTERSTOCK

최근 미중 무역분쟁 이슈가 다시 불거지고 있다. 작년부터 미국이 본격적인 자국 우선주의 및 경쟁국이 된 중국 배제 입장을 고수하고 있기 때문이다. 이러한 시기에 투자자들은 미국의 정책 방향, 그리고 그에 대한 중국의 대응에 수혜가 예상되는 기업이나 테마를 찾게 된다. 그리고 자연스럽게 인도가 주요 투자처로 떠오르고 있다. 1970년대 미국이 소련과 패권

경쟁을 하던 당시, 경제적으로는 개발도상국이었지만 국가 경쟁력 차원에서 인구 등 다양한 강점을 가지고 있었던 중국과 친분을 쌓았듯 미국이 이제는 인도를 우방으로 벗삼을 가능성이 높기 때문이다.

제조업과 인프라 산업 육성

인도의 약점으로 꼽히던 것 중 하나가 세계 7위의 국토 면적에도 불구하고 인프라와 제조업 기반이 약하다는 점이었다. 하지만 모디 정부가 출범한 2014년부터 다양한 정책과 프로젝트를 통해 인도의 산업 구조를 균형 있게 발전시키고자 정책적인 노력을 기울이고 있다. 특히 2014년부터 현재까지 이어지는 'Make In India' 정책과 자립 인도 정책, 전략적 육성 산업에 인센티브를 제공하는 생산 연계 인센티브 제도, 부족한 인프라를 민영화로 통해 보완하는 국가 수익화 파이프라인 등 제조업 및 인프라에 대한 자본 지출 투자가 지속적으로 증가하고 있다.

이러한 정책은 궁극적으로 인프라 투자 및 제조업 육성, 그에 따른 수출 확대, 궁극적으로 경제 증진으로 이어지는 효과를 목표로 한다. 향후 인도의 도시화율은 2023년 36%에서 2030년 40%대로 진입할 것으로 전망되며 이는 중국의



인도의 경우 외국인 투자한도 상향, 인세 인하, 노동법 개정, 제조업 보조금 지원 등 기업 우호적인 정책을 펴면서 외국인 투자의 확대를 꾀하고 있다. 실제 인도의 외국인 직접투자(FDI) 순유입액은 지난 20년간 연평균 15.5%라는 놀라운 성장률을 기록했다.

2000년대 초/중반과 유사한 수준이다 (UNCTAD 기준). 2018년 세계 개편 이후 정부의 세수 수입이 꾸준히 증가하고 있는 점, 그리고 2024년 모디 총리의 재선이 유력시된다는 점 등을 감안할 때, 이러한 정책적 뒷받침은 장기간 지속될 것으로 보인다.

기업 친화적 정책 개혁과 외국인 투자 증가 아무리 내수시장이 탄탄하고 폭넓은 국가 하더라도 국내 자본만으로는 폭발적인 성장을 기대하기 어렵다. 인도를 비롯한 여러 국가들 또한 이 점에 주목하여 적극적으로 외국인 투자를 유치하고

글로벌 기업들의 인도 투자 현황

기업명	날짜	투자 규모(억 달러)	투자 내용
구글	20년 6월	45	인도 디지털화 가속화를 위한 파트너십 구축 릴라이언스 지오 플랫폼 지분 7.7% 인수
메타	20년 4월	50	릴라이언스 플랫폼 지분 인수
인텔	20년 7월	2	릴라이언스 플랫폼 지분 인수
토요타	22년 5월	6	인도 전기자동차 시장 투자
삼성전자	22년 11월	5	4G, 5G 이동통신장비 생산 공장 건설 추진
현대자동차	21년 12월	5	인도 전기자동차 시장 투자

자료: 언론 종합

있다. 인도의 경우 외국인 투자한도 상향, 법인세 인하, 노동법 개정, 제조업 보조금 지원 등 기업 우호적인 정책을 펴면서 외국인 투자의 확대를 꾀하고 있다. 실제 인도의 외국인 직접투자(FDI) 순유입액은 지난 20년간 연평균 15.5%라는 놀라운 성장률을 기록했다. 이러한 인도 정부의 정책 지원에 힘입어 글로벌 빅테크 기업의 인도 투자 또한 크게 증가하고 있다. 구글은 인도 정부와 인도의 디지털화를 가속화하기 위한 파트너십을 구축했으며, 릴라이언스 지오 플랫폼의 지분 7.7%를 인수했다. 애플도 신규 모델인 아이폰 14를 인도에서 생산한다고 발표했다. 삼성전자, 현대차, 토요타 등 글로벌 대기업 역시 2020년 이후 본격적인 인도 진출 및 투자를 이어가고 있다.

꾸준한 성장이 기대되는 국가

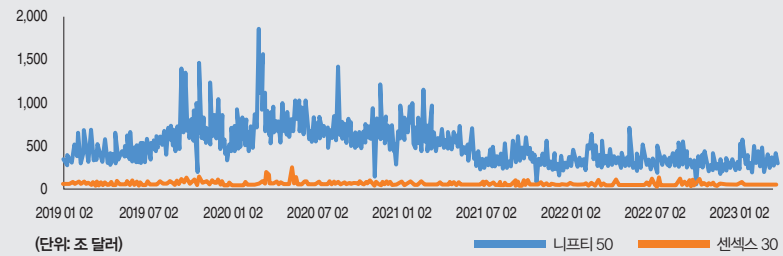
IMF 자료에 따르면, 중국은 23년도 50% 수준을 정점으로 24~25년 4%대로 성장이 낮아질 전망이다. 반면 인도의 경우 GDP 성장률 6%대로 중국 대비 높은 성장세를 보일 것으로 예상된다. 구매력 평

인도에 투자하고 싶다면?

국내 투자자 입장에서 볼 때 인도에 투자하는 방법은 아직까지 제한적이다. 2023년 현재 개인투자자가 인도증시 상장 종목에 직접 투자하기는 어렵다. 그에 따라 펀드와 ETF 등 간접적인 방법에만 투자가 가능하다. 최근 여러 운용사에서 인도의 KOSPI격 대표지수인 니프티(Nifty)에 투자하는 ETF가 상장되어 거래되고 있으니 이를 활용하는 것도 좋은 방법이다. 인도를 대표하는 지수로는 크게 니프티

(Nifty 50 Index)지수와 센세스(Sensex 또는 Sensex 30 Index) 지수가 있다. 센세스 지수의 경우 영국 식민지 시절부터 있었던 뭄바이 증권거래소(BSE)에 상장된 종목으로 만들어진 지수이며, 니프티 50 지수의 경우 1992년에 설립된 인도 국립주식거래소(NSE)에 상장된 종목으로 이루어져 있다. 현재 인도를 대표하는 기업 대다수가 NSE에 상장되어 있으며, 니프티 50 지수 구성종목의 거래대금 및 유동성 또한 높아 투자자가 주로 참고하는 지표로 활용되고 있다.

인도 대표지수 거래대금 비교



가 기준 GDP 또한 2020년 이후 10조 달러를 상회하며, 2010년대 중국과 유사한 수준을 보이고 있다. 인도의 지속적 성장을 예상하게 하는 가장 큰 요인은 바로 인도의 인구 구조이다. 여러 국제 자료에 따르면 인도의 인구는

2023년 5월 현재 중국을 넘어서 세계 최대 인구 대국으로 등극했다. 인구가 젊다는 것도 큰 경쟁력이다. 인도는 2030년을 기준으로 중위 연령이 31세가 될 것으로 예상되고 있다(중국 42세, 미국 40세).

이러한 젊고 풍부한 노동력과 높은 영어 능력 등을 가진 노동 인구, 제조업 육성 등을 통한 중산층 확대와 소득 증가가 서로 맞물려 선순환이 이어지고 있는 중이다. 2018년 기준 인도의 중상위층 비중은 21%였으나 오는 2030년 그 비중이 44%로 증가할 전망이다. 이러한 소득 증가는 소비 증가와 더불어 투자 증가로도 이어지고 있는데, 인도에서는 최근 적립식 펀드의 규모가 빠르게 늘어나고 있다. 현재 인도 증권시장에 적립식으로 유입되는 자금 규모는 원화 기준 월 2조원 수준이다. 지난 5년 동안 인도 내 적립식 펀드의 규모 역시 2배 이상 성장했다. 인도 경제의 활력을 여실히 확인할 수 있는 대목이다. ☺



인도는 세계 최대의 인구 대국으로, 젊고 풍부한 노동 인구를 보유하고 있다.



6월 28일 미국 나스닥 타워 게재

세계의 다양한 자산을 쉽게 만나는 방법,
미래에셋 TIGER

연금 투자도, 혁신 성장 투자도 TIGER ETF

국내 최대 141개 ETF (금융투자협회 6월말 기준)

Transparent Innovative Generalized Efficient Reliable

■ 투자자는 해당 집합투자증권에 대하여 금융상품판매업자로부터 충분한 설명을 받을 권리가 있습니다 ■ 투자전 (간이) 투자설명서 및 집합투자규약을 반드시 읽어보시기 바랍니다 ■ 집합투자증권은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하지 않습니다 ■ 집합투자증권은 자산가액 변동, 금리 변동 등에 따라 투자원금의 손실(0~100%)이 발생할 수 있으며 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다 ■ 환율변동에 따라 자산가치가 변동되거나 원금손실의 위험이 있습니다 ■ 증권거래비용, 기타비용 등이 추가로 발생할 수 있습니다 ■ 한국금융투자협회 심사필 제22-02450호 (2022-07-25 ~ 2023-07-24)





39개 중 31개의 퇴직연금 금융회사가 미래에셋 TDF를 선택했습니다

- 총 39개 퇴직연금 사업자의 31개가 미래에셋자산운용 TDF 포함
- 총 220개 디폴트옵션 포트폴리오 중 96개 미래에셋자산운용 TDF 포함
(원리금 보장형 제외, 2022년 12월 고용노동부 기준)
- TDF 설정액 1위(2022년말 금융투자협회 기준)
- 미래에셋 전략배분TDF ● 미래에셋 자산배분TDF

■ 투자자는 해당 집합투자증권에 대하여 금융상품판매업자로부터 충분한 설명을 받을 권리가 있습니다 ■ 투자 전 (간이)투자설명서 및 집합투자규약을 반드시 읽어보시기 바랍니다 ■ 집합투자증권은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하지 않습니다 ■ 집합투자증권은 자산가격 변동, 금리 변동, 환율 변동 등에 따라 투자원금의 손실(0~100%)이 발생할 수 있으며 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다 ■ 연금저축 계약기간 만료 전 중도 해지하거나 계약기간 종료 후 연금이외의 형태로 수령하는 경우 세액공제받은 납입원금 및 수익에 대해 기타소득세(16.5%) 세율이 부과될 수 있습니다 ■ 한국금융투자협회 심사필 제23-00465호 (2023.02.13 ~ 2024.02.12)

원칙을 지키는 투자 -
MIRAE ASSET
미래에셋자산운용

특집 인도에서 가장 존경받는 기업은?

인도의 경제 매체 “비즈니스월드”가 인도에서 가장 존경받는 기업 리스트를 공개했다. 기업 문화, 리더십, 재정, 기업의 사회적 책임 등을 기준으로, 인도에서 존경받는 기업 중 주목할만한 기업 4곳을 소개한다.

글 BusinessWorld 사진 SHUTTERSTOCK



- ① 1위 릴라이언스 인더스트리
- ② 2위 타타 컨설턴시 서비스
- ③ 4위 HDFC 은행
- ④ 10위 인포시스

전 세계적으로 사회 전반에 대한 기업의 책임감과 고객 만족에 대한 관심이 높아지고 있다. 인도 역시 예외는 아니다. 수많은 인도 기업이 존경받는 기업으로 살아남기 위해 다방면의 투자와 노력을 기울이고 있다.

비즈니스월드는 해마다 인도의 ‘가장 존경받는 기업’ 리스트를 발표해 큰 관심을 모으고 있다. 20개 기업 중에서 주목할만한 기업 4곳을 엄선해, 선정 이유와 배경을 알아본다.

존경받는 기업 선정 방법

21개 기업 부문 출신의 553명을 대상으로 설문조사를 진행했다. 설문은 기업의 사업계획, 수익 규모, 신기술 수용도, 경영진의 신뢰도, 기업의 사회적 책임, 여성 친화적 사내 문화 등이었다. 조사팀은 연령별, 기업 부문별로 응답을 나누고 가중치를 부여한 다음, 점수를 매겨 20위까지의 순위를 산출했다. ⑥

인도에서 가장 존경받는 기업

1*	석유	Reliance Industries
2*	IT	Tata Consultancy Services
3	전자상거래	Amazon India
4*	금융	HDFC Bank
5	IT	Google India
6	생활소비재	Hindustan Unilever
7	제조	Apple India
8	IT	Wipro
9	금융	State Bank of India
10*	IT	Infosys
11	에너지	Tata Power Company
12	에너지	NTPC
13	화학	Asian Paints
14	내구소비재	Sony India
15	NBFC	HDFC Life Insurance Company
16	헬스케어	Sun Pharmaceutical Industries
17	IT	HCL Technologies
18	전자상거래	Flipkart India
19	건설	Larsen & Toubro
20	석유	Hindustan Petroleum Corporation

기업의 사회적 책임을 다하다

릴라이언스 인더스트리

릴라이언스 인더스트리는 인도에서 가장 큰 규모의 기업이자 일자리 창출에 크게 기여하고 있으며, 기업의 사회적 책임에도 앞장서고 있다.



올해 비즈니스월드가 발표한 '가장 존경받는 기업' 랭킹에서 1위를 차지한 릴라이언스 인더스트리(Reliance Industries)는 인도에서 가장 규모가 크고, 가장 수익성이 높은 민간 기업이다. 수출은 2조 5,497억 루피(한화 41조 1,776억원), 한



무케시 D. 암바니 회장

해 동안 20만 개의 신규 일자리 창출, 기업의 사회적 책임 부문에서 118억 6천만 루피 지출 등 각 분야에서 가장 크게 기여한 기업 중 하나다.

릴라이언스 인더스트리는 팬데믹으로 인한 수많은 어려움을 이겨내고, 2021-22 회계연도 동안 리테일과 디지털 서비스 두 가지 부문에서 사상 최고의 매출을 기록했다. 릴라이언스 인더스트리는 2021-22 회계연도에 연결 기준으로 전년 대비 28.8% 증가한 1조 2,568억 루피의 기록적인 영업이익을 거두었다. 연결 순이익은 6,784억 5천만 루피로 새로운 기록을 달성했다. 릴라이언스 인더스트리의 무케시 암바니 회장은 채굴 및 생산 분야에서도 높은 실적을 기록했다고 밝



릴라이언스 인더스트리는 2035년까지 탄소 중립화를 달성한다는 야심찬 목표를 세우고, 향후 3년 동안 새로운 에너지 생산 설비를 구축하기 위해 7,500억 루피를 투자하기로 했다.

했다.

재무 성과와 함께 최고 경영진의 리더십은 릴라이언스 인더스트리를 최고의 기업으로 끌어올렸다. 탁월한 리더십 덕분에 릴라이언스 인더스트리의 리테일 사업은 온라인뿐 아니라 오프라인으로도 계속 확장되었다. 리테일 공간을 추가하여 총 4,160만 평방피트 이상으로 늘렸고, 한 해 동안 리테일 사업 부문에서 150만 개 이상의 일자리를 창출했다. 매출도 27% 증가한 1조 9,974억 루피를 기록했다. 디지털 사업도 꾸준히 확장해, 디지털 비즈니스는 11% 증가한 1조 16억 1천만 루피의 매출을 기록했다.

한편 릴라이언스 인더스트리는 2035년까지 탄소 중립화를 달성한다는 야심찬 목표를 세우고, 향후 3년 동안 새로운 에너지 생산 설비를 구축하기 위해 7,500억 루피를 투자하기로 약속했다. 또한 릴라이언스 재단(Reliance Foundation)은 세계에서 가장 큰 규모의 자선 단체로 인도뿐 아니라 전 세계적으로 긍정적인 영향을 미치고 있다. 🌱

1위 릴라이언스 인더스트리

대표 분야	최고경영자	매출
석유, 가스	무케시 D. 암바니	7조 3,658억 루피

자료: 테크사이 리서치

인적 자원 투자에 앞장서다

타타 컨설턴시 서비스

타타 컨설턴시 서비스는 기업 내 인적 자원 개발은 물론, 소외된 계층에 대한 다양한 지원을 아끼지 않고 있다.

타타 컨설턴시 서비스(Tata Consultancy Services)는 신뢰할 수 있는 리더십과 조직 문화를 포함한 평가 기준 전반에서 높은 점수를 받아, '가장 존경받는 기업' 랭킹에서 2위를 차지했다. 인도 최대의 다국적 비즈니스 그룹인 타타 컨설턴시 서비스는 55개국에 59만 명 이상의 세계 최고 수준 컨설턴트를 보유하고 있다. IT, 서비스 컨설팅, 비즈니스 솔루션 등



을 제공하고 있으며 지난 50년 동안 세계 최대 규모의 기업들과 협력해 왔다. 타타 컨설턴시 서비스는 1조 9,175억 루피의 순이익을 올려 16.8%의 성장을 기록했다. 주당 수익은 전년 대비 16.1% 증가했으며, 강력한 성장에 앞으로의 매출을 두 배로 늘릴 계획이다.

타타 컨설턴시 서비스는 인적 자원의 중요성을 늘 강조하고 있다. 최고경영자인 라제시 고포나탄 사장은 "기술은 인적 자본의 강점과 결합될 때 가장 큰 변화를 가져온다. 파트너 기업 및 그룹 계열사까지 모두 포함해 우리 회사의 전 직원은 놀라운 충성도와 끈기를 보여주고 있다"고 강조했다.

타타 컨설턴시 서비스의 임직원은 주주들에게 사회적 캠페인에 대해 언급하면서 특히 여성, 청소년 및 소외된 그룹을 위해 사회적 책임을 다할 것을 약속했다. 타타 컨설턴시 서비스는 네 가지 형태의 자본, 즉 지적, 기술적, 인적, 재정적 자본을 활용하여 각 커뮤니티의 격차

2위 타타 컨설턴시 서비스

대표 분야	최고경영자	매출
IT, 솔루션 개발, 컨설팅	라제시 고포나탄	1조 9,577억 루피

자료: 테크사이 리서치



2015년부터 타타 컨설턴시 서비스는 소외된 학생, 소수 민족, 청소년, 여성, 노인을 비롯한 전 세계 수백만 명의 사람들을 위해 캠페인을 벌였다.

를 해소하고자 노력하고 있다. 건강, 웰빙, 물 위생, 환경 보존, 재해 구호 등에 이르기까지 다양한 영역에서 투자를 아끼지 않고 있다. 2015년부터 타타 컨설턴시 서비스는 이러한 사회적 캠페인에 6억 3,400만 달러를 투자했으며 주로 소외된 학생, 소수 민족, 청소년, 여성, 노인을 비롯한 전 세계 수백만 명의 사람들에게 새로운 기회를 제공했다. 특히 디지털 기술 교육을 지원해 취업 기회를 제공하고 회사를 창업하는 데에도 많은 지원을 했다. 앞으로도 소외 계층을 위한 타타 컨설턴시 서비스의 노력은 계속 이어질 전망이다. 🌱



라제시 고포나탄 CEO



고객 서비스를 최우선으로 하다 HDFC 은행

HDFC 은행은 인도 최대의 민간 은행으로 고객에게 최고의 서비스를 제공하고자 다방면으로 노력을 기울이고 있다.

인도 최대의 민간 은행인 HDFC 은행은 올해 비즈니스월드가 선정한 '가장 존경받는 기업' 순위에서 4위를 차지했다. HDFC 은행은 7,100만 명 이상의 고객과 6천여 개 이상의 지점 네트워크를 보

유하고 있다. 2021-22 회계연도에는 3,696억 루피의 순이익을 기록하여 약 19%의 성장을 기록했다. 자산 건전성은 '건전' 상태를 유지하고 있으며 업계 최고 수준을 지키고 있다.

특히 HDFC 은행은 기업의 사회적 책임에 대한 필요성을 늘 강조한다. 또한 직원을 '기업 성장의 원동력'으로 인식하고 다양한 복지 문화를 만들어 나가고 있다. 최고경영자인 자그디산 사장은 "우리는 포용적인 복지 정책과 성과 중심주의 문화를 만들기 위해 노력하고 있다. 직원들은 우리 은행의 가장 소중한 자산이기 때문이다. 그리고 다양한 캠페인을 통해 많은 인도인의 삶과 생계에 도움



자그디산 CEO.

4위 HDFC 은행

대표 분야	최고경영자	매출
은행업	자그디산	1조 6,769억 루피

자료: 테크사이 리서치



앞으로 더욱 다양한 서비스에 집중할 것이라는 HDFC 은행은 인도 내에서 '서비스 우선' 문화를 제도화하고 있다.

이 되고자 노력하고 있다. 이러한 노력과 투자를 통해 국가 발전에도 조금이나마 기여하길 바란다"고 밝혔다. HDFC 은행은 각 지역에 수자원 개발을 위해 캠페인을 벌이고 있으며 농촌 개발 프로그램도 운영하고 있다.

무엇보다 2022년은 HDFC 은행과 모기업이자 주택 대출 기업인 HDFC가 합병을 발표해 큰 주목을 받았다. 주주 연설에서 자그디산 사장은 HDFC 은행과 HDFC의 합병에 대해 "우리 은행 고객의 2%만이 HDFC 은행을 통해 주택 용자를 받았고, 5%는 다른 기관에서 대출을 받았다. 그러나 HDFC와의 합병을 통해 고객에게 더욱 다양한 대출 서비스를 제공할 수 있게 되었고, 장기 주택 용자를 취급하면서 대차대조표에 탄력성을 제공할 것으로 기대하고 있다"고 설명했다.

앞으로 더욱 다양한 서비스에 집중할 것이라는 HDFC 은행은 인도 내에서 '서비스 우선' 문화를 제도화하고 있다. 자그디산 사장은 '서비스 우선'에 대해 "우리는 고객의 불만 사항을 곧바로 접수하고 이를 빠른 시간 내에 해결하려고 노력하고 있다. 우리는 고객 존중을 최우선으로 하고 있으며, 제도적으로도 이를 뒷받침해 나갈 계획이다"라고 밝혔다. ☺



인도 IT업계의 선두주자 인포시스는 회사의 건전한 재무 실적을 반영하여 23%의 영업 마진을 달성했고, 배당금 형태로 17억 달러를 주주들에게 반환했다.

은 2020-21 회계연도 수치에 비해 21% 증가한 1조 1,264억 루피를 기록했다. 인포시스는 성공적인 매출 기록과 고객의 지속적인 신뢰 덕분에, 계속해서 시장점유율을 높이고 있다. 연간 매출이 1억 달러 이상인 고객 기업은 38개이며, 연간 5천만 달러 이상인 고객 기업은 64개이다.

2021-22 회계연도에 인포시스의 직원 채용은 지속적으로 늘어나, 14만 명 이상의 직원이 회사에 새롭게 합류했다. 사내 교육과 기술 지원을 통해 인포시스는 다양한 인력풀을 구축하는 데에도 투자를 아끼지 않고 있다.

한편 인포시스는 인포시스 재단 (Infosys Foundation)을 통해 국가 유산 보호, 유적지 복원, 예술 및 문화 진흥 분야의 프로젝트를 지원한다. 이외에도 빈민 돌봄 및 재활, 교육, 직업 기술 지원, 농촌 개발 등 여러 분야의 사회적 캠페인을 꾸준히 진행하고 있다. ☺

기술 지원으로 IT 분야를 선도하다 인포시스

인포시스는 디지털 서비스 및 컨설팅 분야의 선도적 글로벌 업체 중 하나로, 기술 지원과 인력 개발에 큰 투자를 진행하고 있다.

인도 IT업계의 선두주자 인포시스 (Infosys)는 민첩한 리더십, 전문성을 바탕으로 지난 10년간 가장 빠른 성장을 이룬 기업으로 꼽힌다. 이번 '가장 존경받는 기업' 순위에서 10위를 차지한 인포시스는 디지털 서비스 및 컨설팅 분야의 선도적인 글로벌 공급업체로 성장했다. 인포시스에게 2021-22 회계연도는 탁월

10위 인포시스

대표 분야	최고경영자	매출
IT, 디지털 솔루션 개발	사틸 파렉	1조 2,393억 루피

자료: 테크사이 리서치



한 해였다. 최고경영자 사틸 파렉 사장은 "우리는 디지털 비즈니스의 선도적 기업으로 발돋움했다. 디지털 비즈니스는 전체 영업에서 거의 60%를 차지하고 있으며, 성장률은 약 40%를 기록했다. 이러한 인상적인 수치는 우리가 시장점유율 경쟁에서 이기고 있다는 것을 반증한다"고 자신감을 내비쳤다.

인포시스는 고객에게 막대한 가치를 제공하는 종합적인 디지털 역량에 집중하고 있다. 특히 인포시스의 클라우드 기능은 서비스형 인프라, 서비스형 플랫폼, 서비스형 소프트웨어에서 시장을 선도하고 있다. 또한 데이터 분석, 인공지능, 사이버 보안 및 사물인터넷 등 전문성을 바탕으로 IT 기술 서비스 브랜드로서 입지를 강화하고 있다. 또한 인포시스의 자동화 분야의 노하우는 효율성과 생산성 향상에 큰 기여를 하고 있다.

인포시스는 회사의 건전한 재무 실적을 반영하여 23%의 영업 마진을 달성했고, 배당금 형태로 17억 달러를 주주들에게 반환했다. 또한 인포시스의 주당 수익은 루피 기준으로 15% 증가했으며 순이익은 14.3% 증가한 2,211억 루피, 매출



사틸 파렉 CEO.

베트남의 녹색 성장

그런 베트남을 지향하는 야심찬 청사진을 한눈에 본다.

글 VET 사진 SHUTTERSTOCK

비전에서 실행으로!

1 빈곤 퇴치	2 기아 근절	3 건강 복지 증진	4 양질의 교육	5 성 평등
6 위생 청결	성장과 환경을 포괄하는 녹색 성장은 2030년까지 유엔의 17가지 지속성장 발전 목표를 달성하는 데 근간이 되는 개념이다.			7 저렴한 청정 에너지
8 고용 증진과 경제 성장	9 산업, 혁신, 인프라	10 불평등 제어	11 지속가능한 도시와 지역	12 책임 있는 생산과 소비
13 기후 행동	14 해양 생물 보호	15 육상 생물 보호	16 평화, 정의, 견실한 제도	17 목표를 위한 협조

기후 변화의 직접적 타격 예상

2050년까지 기후 변화로 인한 피해가 베트남 연간 GDP의 12~14.5% 규모에 달할 것으로 예상.

2030년까지 백만 명 가량이 빈곤층으로 내몰릴 예정.

베트남의 실천 여정

2004 지속가능 발전에 관한 전략적 목표 발표(베트남 어젠다 21) 이후 경제 성장과 환경 보호 사이의 균형을 맞추기 위해 다양한 전략, 계획, 규제 발표.

2020 환경보호법 제정 이 법에서 환경 순환 경제에 대한 개념을 명확히 하고 해양 문제에 대한 각종 정책과 규제를 도입.

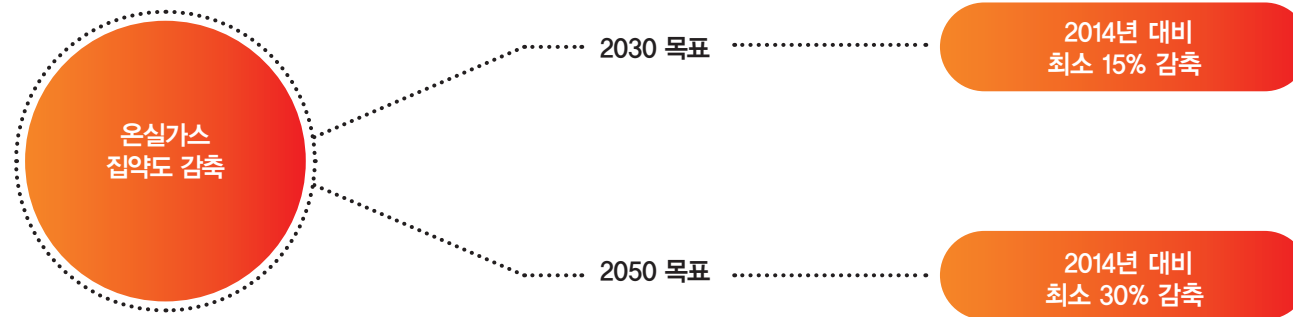
2022 6월 순환경제 발전을 위한 전략 승인 이로써 2030년까지 온실가스 집약도를 2014년 대비 15% 감축할 것이며 2050년까지는 배출량 제로를 달성할 계획.

2021 10월 베트남 정부가 녹색 성장 전략(2021~2030)과 2050년 비전을 수용.

136

전 세계 온실가스 배출량 가운데 88%를 차지하며, 전 세계 GDP의 90%를 차지하는 136개 국가가 2021년 11월에 영국 글래스고에서 열린 유엔 기후변화 콘퍼런스에서 21세기 중반까지 넷제로를 달성하겠다고 공약했다.

베트남의 녹색성장 청사진(2021~2030)과 비전 2050의 구체적 목표



경제 부문 녹색화

성장 모델의 녹색 성장으로의 전환

2030년 핵심 목표

- 2021~2030년 기간에 GDP 단위당 주요 에너지 소비량 연간 평균 1.0~1.5% 감축
- 전체 에너지 공급량 중 재생에너지 비중 15~20%
- GDP에서 디지털 경제 비중 30%
- 산림 녹화율 42% 유지
- 전체 경작지 중 최소 30%에 첨단 절수관개시설 보급

2050년 핵심 목표

- 10년마다 GDP 단위당 주요 에너지 소비량 연간 평균 1.0% 감축
- 전체 에너지 공급량 중 재생에너지 비중 25~30%
- GDP에서 디지털 경제 비중 50%
- 산림 녹화율 42~43% 유지
- 전체 경작지 중 최소 60%에 첨단 절수관개시설 보급

베트남 외국 자본의 57% 가까이가 향후 2~4년간 ESG 경영을 추구할 계획

- 레고(LEGO):** 10억 달러가량을 투자하여 빈둥지역에 탄소 중립 공장을 지을 예정. 태양열, 옥상설치형 태양열 패널, 근접지역의 태양열 발전소 건립을 통해 연간 필요한 전력 전체를 충당. 2032년까지 온실가스 배출량을 37% 줄이는 것이 목표.
- 카길(Cargill):** 세계 4대 곡물기업으로서 지게차 등 장비 전반을 전기차로 교체하고, 동물 사료 등 작업에 필요한 패키징을 플라스틱에서 친환경 소재로 변경. 디젤 연료를 바이오 매스로 대체하고 태양열 생산 프로그램을 시범 운영.
- 네슬레(Nestle):** 공급망 관련 구체적인 ESG 실행방안을 설계. ESG 4대 중점영역 설정 (기후변화 방지, 지속가능한 포장, 지속가능한 물품 조달, 수자원 관리).
- 베트남유럽상공회의소(EuroCham, 베트남에 진출한 유럽기업들의 경기신뢰 수준을 조사, 발표하는 기관)는** 베트남 정부와 협약을 맺고 지속가능발전을 위한 백서 발행.
- 제조 기업들:** 미국과 유럽 소비자들이 요구하는 ESG기준을 제품 생산단계의 베트남 공장들에도 적용.
- 부동산:** 그린 빌딩, 그린 창고 건축 트렌드가 나타나고 있음.



자산 평가액이 떨어졌다면 증여세 절세의 기회로 활용!

몇 년 사이 진행된 금리 인상으로 각종 자산이 일부 조정을 겪었다. 장기적으로 자산의 가치가 상승할 수 있는 자산이라면 자산의 평가액이 일부 조정되었을 때 미리 증여하는 것이 증여세와 상속세를 절약하는 방안이 될 수 있다.

글 손광해(미래에셋증권 VIP컨설팅팀) 사진 SHITTERSTOCK

증여에는 어떤 효과가 있을까?

증여를 하는 가장 큰 목적은 상속세를 줄이기 위해서이다. 상속이 개시되기 10년 이내에 상속인에게 증여한 재산은 상속재산에 합산하여 상속세로 다시 정산된다. 하지만 상속이 개시되기 10년 이전에 증여하는 재산은 상속재산에 합산되지 않는다. 상속세의 경우 각종 공제를 제외하고 과세표준 10억원 이상이면

40%의 상속세율을 적용받는다(과세표준 30억원 이상은 50%).

상속세로 과세되면 40~50%의 세율을 적용받는 재산을 상속이 개시되기 10년 이전에 10~30% 세율 구간으로 나눠서 증여한다면 40~50%의 세금을 내면서 물려줘야 할 재산을 10~30%의 세율로 자녀에게 물려준 셈이 되기 때문에 세율의 차이만큼 절세한 효과를 얻을 수 있다. 또한 자산의 가치가 상승한다고

가정하면 상속 시점까지 자산을 보유하고 있을 경우 자산 가치가 늘어나는 만큼 상속세도 함께 증가하게 된다. 미리 증여를 하면 자산이 늘어나는 부분에 대한 상속세 절세 효과도 있기 때문에 단순히 세율 차이에 의한 절세 이상의 효과가 있다.

증여재산의 평가는 자산별로 다르다

증여할 때 증여 재산의 평가액은 자산별

로 다르다. 우선 현금은 당연히 이체금액이 증여가액이다. 주식의 경우는 등락이 심하기 때문에 증여일 전후 2개월을 포함한 4개월 평균액이 증여가액이 된다. 예를 들어 4월 27일에 주식을 이체하여 증여했다면 2월 28일부터 6월 26일까지의 증가 평균액이 증여가액이 된다.

증여세의 신고기한은 증여일이 속한 달의 말일로부터 3개월 이내인데 주식으로 증여하는 경우는 2개월을 기다렸다가 신고해야 하기 때문에 신고할 수 있는 기간이 짧다. 앞서 말한 예시의 경우 평가액이 확정되는 6월 26일 이후부터 7월 말 사이에 증여세를 신고 납부해야 한다.

만약 해외주식을 증여했다면 환율을 적용해야 하는데 환율은 4개월 평균액을 적용하지 않고 증여 일자의 기준환율을 적용하면 된다. 즉 앞선 예시의 경우 4월 27일의 기준환율만 적용하면 된다.

그럼 부동산의 경우는 증여 시 어떻게 평가할까?

부동산은 종류에 따라서 평가방법이 다르다. 원칙은 증여일 현재의 시가로 평가하는 것이 원칙이다. 시가란 증여일 전 6개월부터 증여일 후 3개월 이내 기간에 있는 매매·감정·수용·경매·공매가격을 말한다. 보통은 시가가 없는 경우가 많은데 이런 경우는 유사매매사례가액이나 보충적 평가방법을 적용하여 평가한다.

유사매매사례가액이란 보통 아파트를 증여하는 경우 많이 사용된다. 동일 단지 내에 있으며, 전용면적과 기준시가의 차이가 5% 이내인 아파트가 증여일 전 6개월부터 증여일 후 3개월 이내 기간에 매매 계약된 경우 그 금액이 유사매매사례가액이 된다.

유사매매사례가액이 없는 토지나 상가, 단독주택의 경우에는 보충적 평가방



미리 증여를 하면
자산이 늘어나는 부분에
대한 상속세 절세 효과도
있기 때문에, 단순히 세율
차이에 의한 절세 이상의
효과가 있다.

법으로 평가한다. 보충적 평가방법은 일반적으로 개별주택가격·개별공시지가·기준시가를 말한다. 다만 국세청에서 판단하기에 보충적 평가방법과 시가의 차이가 현저히 나는 경우에는 국세청에서 자체적으로 감정평가를 받아 증여세를 추정할 수 있으므로 주의해야 한다.

자산에 따라서 발생하는 세금과 증여 절차가 다르다

어떠한 자산이든 공제금액을 제외하고 과세표준에 따라서 10~50%의 증여세가 발생하는 것은 동일하다. 증여로 취득하면서 발생하는 취득세는 금융상품이나 주식을 증여하는 경우에는 발생하지 않지만 부동산의 경우에는 발생한다. 취득세는 보통 증여가액의 4%지만 조정대상지역의 주택을 증여할 때는 주의해야 한다. 다주택자가 조정대상지역의 기준시가 3억원 이상 주택을 증여하는 경우에는 13.4%로 높은 취득세율이 적용되기 때문이다.

증여의 절차도 금융상품과 부동산은 다르다. 금융상품은 계좌 이체를 통해서 증여가 이루어지고 이체 내역서를 증빙으로 증여일이 속한 달의 말일로부터 3개월 이내에 수증자의 관할 세무서에 증여세를 신고하면 되기 때문에 절차가 간

편하다. 반면에 부동산은 등기를 변경해야 하기 때문에 증여계약서를 작성하고 등기 이전 업무까지 완료해야 증여 절차가 마감된다.

증여 외에 필요 시 자녀와 매매 및 차용도 가능하다

10년 내에 사전증여를 이미 많이 했거나 증여를 하는 것이 여의치 않은 상황인 경우에는 '특수관계인과의 매매'를 이용하면 절세 효과를 볼 수 있다. 증여세법상 가족 등 특수관계인과 거래를 할 때 시가의 30%나 3억원 중 작은 금액까지는 저가로 양도하는 것이 가능하다. 다만 매도하는 입장에서는 시가대로 판 것으로 봐서 양도소득세를 내야하기 때문에 양도소득세 절세 효과는 없다. 하지만 매수하는 입장에서는 저가 매수한 금액만큼 증여세 없이 자산을 받은 효과가 있기 때문에 증여세의 절세 효과가 있는 셈이다.

특수관계인 간 금전 거래의 경우 국세청에서는 기본적으로 증여로 보지만 차용증과 이자 및 원금 상환내역, 상환능력 등을 감안했을 때 실제 돈을 빌려준 것이 맞다면 차용으로 인정해 준다. 차용의 경우 상속세 및 증여세법에서는 이자율이 4.6%로 정해져 있다. 4.6%보다 낮게 이자를 받는 경우 낮게 받은 이자만큼 증여가 된다. 다만 낮게 받은 이자가 연 1천만원 미만인 경우에는 낮게 받은 이자에 대해서 증여로 보지 않는다.

현재의 고금리 상황이 언제까지 지속될지는 알 수 없다. 하지만 높은 금리에 영향을 받아 본인의 재산 평가액이 줄어들어 있다면 증여의 기회로 삼아보는 것도 현명한 판단이 될 것이다. ☞



NO.1 중앙은행장의 회고

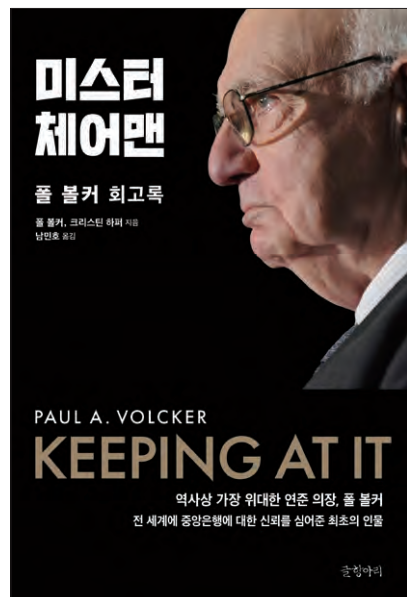
인플레이션이 올 때마다 볼커는 살아난다.
글 박덕건(기자) 사진 Shutterstock

이 책은 폴 볼커의 회고록이다. 볼커는 우리가 중앙은행장이라고 했을 때 가장 먼저 떠올리는 인물이다. 2000년대 초반까지만 해도 역대 최고 중앙은행장이라고 하면 볼커와 함께 앨런 그린스펀이 경쟁했겠지만 2008년 금융위기 이후 그린스펀의 명성에 금이 가면서 볼커 쪽으로 균형이 기울었다. 더구나 최근 인플레이션이 세계 경제를 강타하면서 그를 언급하는 경우는 더욱 많아졌다.

1980년대 초반 고금리로 인플레이션을 그야말로 때려잡은 것은 그의 영원한 업적이다. 당시 연준이 올린 기준금리는 최고치가 20%였다. 아시아 금융위기를 연상시키는 수준이다. 미국 경제가 침체에 빠지고 실업률이 치솟는 등 미국인들은 큰 고통을 겪었다. 그 원망이 맨 먼저 볼커에게로 향한 것은 당연지사다. 하지만 볼커는 아랑곳하지 않고 고금리를 유지했고, 인플레이션의 뿌리를 뽑아버렸다. 그가 중앙은행 이야기만 나오면 소환되는 이유다.

그런데 그의 책을 읽어보니 그가 관여한 대사가 하나 더 있었다. 물론 90세가 넘게 장수했고, 영향력 있는 인물이었던 만큼 그가 관여한 다른 사건도 많지만 그중에서도 특히 눈에 들어오는 사건이 바로 달러의 금 태환 정지, 소위 닉슨 쇼크다.

1971년의 사건이니 약간 기억을 되살려 드리자면 2차대전 이후 국제통화시스



폴 볼커, 크리스틴 하퍼 지음 / 글항아리 펴냄

템은 금과 달러를 중심으로 한 고정환율 제였다. 1온스는 35달러이고, 각국 통화는 달러에 페그하며 다른 통화는 언제든 지 지정되어 있는 환율로 미국이 금과 바꿔준다는 것이 이 시스템의 핵심이다. 이 방식은 1944년 미국의 브레튼우즈에서 각국 대표가 합의했기 때문에 브레튼우즈 체제라고 불렀다. 이 체제는 미국이 압도적인 금 보유량을 갖고 있던 초기에는 문제가 없었다. 그러나 시간이 가면서 미국의 금 보유량이 줄어들자 과연 미국이 금 태환을 보장할 수 있는지 의문이 제기되기 시작했다. 그 의문은 공연한 걱정이 아니었다. 마침내 닉슨은 1971년 8월에 기습적으로 금 태환을 정지한다고 발표했다.

닉슨 쇼크는 시대를 가르는 분수령이 된 사건이었다. 그 이전까지 사람들은 화폐의 가치가 변동될 수 있다는 사실을 용납하지 못했다. 가치가 안정된 화폐야말로 변역의 토대라고 믿었던 것이다.

요즘은 통화에 관해 어느 국가가 ① 자율적인 통화·재정정책, ② 자유로운 자본 이동, ③ 안정적 환율, 이 세 가지를

동시에 다 가질 수는 없다는 것이 상식이 되었다. 현재의 중국처럼 2번을 포기하든지, 유로 도입 이후의 유럽처럼 1번을 포기하든지, 대부분의 국가처럼 3번을 포기해야만 하는 것이다. 그런데 당시까지는 아직 그런 인식이 없었다. 볼커 세대에게는 환율을 지킨다는 게 너무나 당연한 것이어서 그걸 버린다는 것은 애초에 상상하기 힘들었던 것으로 보인다. 그러니 하다하다 결국 마지막 순간에야 '방법이 없다'며 나자빠진 결과가 바로 닉슨 쇼크였다는 이야기다.

브레튼우즈 체제가 종말을 향해 달릴 때 그는 40대 초반으로 미국 재무부의 통화담당 차관이였다. 통화 문제를 어떻게 해결할 것이냐를 가지고 고민하던 미국 정부 담당자였던 것이다. 책을 보면 금 보유량이 줄어들고 시스템에 대한 우려의 소리가 커진 건 하루이틀에 벌어진 일이 아니었다. 그동안 그를 포함한 대부분의 정부 관료는 어떻게든 기존의 체제를 지키려고 이런저런 아이디어를 짜내며 열심히 노력했다. 그러나 흐름을 돌이킬 수는 없었다.



칩 워
크리스 밀러 지음 / 부키 펴냄

반도체 산업의 태동부터 미중 패권 대결, 한국과 타이완, 일본, 실리콘 밸리의 치열한 기술 경쟁과 미래 전략까지 반도체 산업의 70년 역사를 담은 반도체 역사서. 지은이는 역사 전공으로 러시아가 본래 전문이었으나 반도체까지 영역을 넓히게 되었다는 점이 흥미롭다.



1980년대 초반 고금리로 인플레이션을 그야말로 때려잡은 것은 볼커의 영원한 업적이다. 당시 연준이 올린 기준금리는 최고치가 20%였다.

그가 인생에서 겪었던 2대 사건을 닉슨 쇼크와 인플레이션 퇴치라고 한다면 공교롭게도 두 사건 모두 화폐 가치와 관련된 사건이라는 것이 재미있다. 볼커는 뒤의 사건에서는 승리를 거두었지만 앞의 사건에서는 철저히 실패했다.

카터와 레이건

회고록의 재미는 대사건의 이면에서 벌어진 뒷이야기에 있다. 그러나 이 책에는 그런 면에서는 영양가 있는 이야기가 별로 없다. 필자의 진지한 성격을 반영하듯 놀랄 만한 폭로 따위와는 거리가 멀다.

그래도 딱 하나 필자가 중앙은행의 독립성을 강조하면서 레이건과 카터를 비

교한 부분이 그중 흥미롭다. 카터는 볼커를 연준의장에 임명했지만 "존경스럽게도 카터 대통령이... 통화긴축정책에 대해 우려를 표명한 것은 단 한 번뿐"이었고, 카터가 퇴임 이후 낚시 여행에서 고금리가 그의 선거 패배에 미친 영향에 대해 이야기하면서도 씩씩한 웃음을 지었을 뿐이라면서 자신이 카터의 열렬한 숭배자라고 볼커는 서술했다.

반면 레이건은 백악관에서 회의를 하자고 해서 갔더니 정작 자신은 어딘가 불편한 기색으로 앉아 있고, 대신 비서실장이 "대통령께서는 대선 전에 금리를 인상하지 말 것을 명령하고 있습니다"라고 말해서 자신을 당황하게 했다는 에피소드를 적어놓았다. 웃기는 것은 당시 볼커가 이미 더 이상 금리를 인상할 생각이 없었다는 점이다.

자유시장경제의 수호자로 보수주의의 영웅인 레이건도 선거 앞에서는 마음이 쏠아서 누군가의 회고록에 나올 망동을 저질렀으니 볼커가 입만 열면 중앙은행의 독립성을 강조한 것도 충분히 이해할 만한 일이다. ☺



만들어진 붕괴
데이비드 스톡만 지음 / 한스미디어 펴냄

현재의 경제 위기가 코로나 때문이 아니라 미국 연준의 엄청난 통화 공급 때문이라고 주장하는 책. 레이건 대통령 시절 예산관리실 국장을 지냈던 필자가 미국 경제의 취약점을 하나하나 파고든 책이다. 제목부터가 약간 과장된 느낌이 있지만 현장에 가까운 필자의 지적이니만큼 볼 만한 가치가 있었다.



AI 이후의 세계
헨리 키신저 외 지음 / 월북 펴냄

인공지능이 인간의 역할을 어떻게 바꿔놓을지에 관한 생각을 모아 엮었다. 키신저 외에 구글의 전 CEO인 에릭 슈미트, 대니얼 헤르토크 등이 집필에 참여했다. 기계가 인간 고유의 지적 노동을 대신해 결과물을 대량생산하기 시작한다면 앞으로 인류는 어떤 일을 할 수 있을까라는 질문을 던지고 있다.



테이블 와인의 멋

테이블 와인이란 식당 주인에게는 문자 그대로 식탁에 올려놓고 파는 기본 와인을 의미하며, 개인과 집으로 한정하면 데일리 와인이라고 할 수 있다.

지극히 대중적이지만 아주 매력적인 테이블 와인에 대해 살펴본다.

글 박찬일(로칸다몽로 셰프 겸 음식 칼럼니스트) 사진 SHUTTERSTOCK

흔히 영어로 테이블 와인이라는 말이 있다. 프랑스어 뱅 드 타블(vin de table)에서 왔다. 와인 등급 규정에서는 제일 아래층을 담당한다. 그렇다고 꼭 싸구려라는 의미는 아니다. 대중적인 와인이라 보는 게 맞다. 더러는 고급 와인이거나 등급을 받을 수 있는데도 보수적인 등급 체계에 대한 반발 혹은 마케팅 의도로 뱅 드 타블을 감수하는 경우도 있다. 왕

년의 가라쥬 와인의 전설을 만들어낸 샤토 르 팡(Château Le Pin) 같은 와인을 말한다. 빈티지에 따라 병당 1천만원을 쉽게 넘겨버리는 와인이다.

테이블 와인의 범위

그러나 테이블 와인이란 대부분 좋은 가격, 즉 싼 값이어야 한다. 부자가 아니어도 매일 마실 수 있어야 하기 때문이다. 그래서 테이블 와인이라 부른다. 유럽의

등급에서 뱅 드 타블이니 아펠라시옹, DOC 등의 서열 용어는 실은 토지에서 출발한다. 더 세밀하고 명확하며 좁은 지역일수록 비싸지는 이치다.

반대로 뱅 드 타블의 지역은 아주 넓고도 넓다. 이탈리아의 비슷한 등급인 비노 다 타블라도 마찬가지다. 이탈리아에서 생산하는 테이블 와인이란 뜻이다. 이런 넓고도 넓은 관용도가 마음을 편하게 한다.

사실 와인의 숨겨진 재미는 맥주나 소주와 달리 좁은 지역, 생산자의 개성, 빈티지가 병마다 다르게 표현된다는 점이다. 올해 매진된 와인이 내년엔 인기가 없을 수도 있다. 이런 가변성이 오히려 와인에 대한 흥미를 높여왔고, 가격을 올렸다. 그래서 와인은 알면 알수록 더 깊게 끌어들이는 매력이 있다. 하지만 그런 고도의 분류와 다양성, 지식의 심화 같은 고상한 세계가 불편할 수도 있다. 뱅 드 타블은 명확하게 등급을 의미하지만, 테이블 와인은 의미가 확장된 것이다. 식당 주인에게는 문자 그대로 식탁에 올려놓고 파는 기본 와인을 의미하며, 뱅 드 타블보다 더 높은 등급의 와인도 가격과 맛이 무난한 것들은 식당의 보편적 기준으로는 그냥 테이블 와인이 된다.

프랑스나 독일, 이탈리아, 스페인 같은 등급 체계가 깐깐한 나라에서도 상당한 윗등급이 테이블 와인이 되곤 한다. 예를 들어 키안티는 이탈리아 최상등급이지만 다른 나라로 수출될 때는 딱 테이블 와인에 어울리는 맛과 가격을 갖춘 와인으로 포지셔닝이 가능하다. 식당 기준으로 현저하면 20유로 미만에 팔리는 '등급 높은 테이블 와인'인 셈이다.

테이블 와인을 일반 개인과 집으로 한정하면, 낮은 가격대의 데일리 와인이라고 할 수 있다. 반주로 매일 마셔도 되는 와인, 코르크를 따고 나서 며칠 후 김이 빠지더라도 아깝지 않을 와인을 말한다. 와인을 많이 생산하는 지역민들은 병입하고 라벨 붙이고 코르크 끼우는 비용도 아까워서, 벌크 개념의 와인을 많이 마신다. 우리가 약수터 갈 때 물통에 약수를 담아와서 두고 마시는 것과 비슷하다.

와인에 대한 기호, 주머니 사정이 테이블 와인의 질을 바꾸기도 한다. 내가 아는 한국의 어떤 이는 상당히 비싼 나파



테이블 와인은 와인 등급 규정에서는 제일 아래층을 담당한다. 그러나 이보다 더 높은 등급의 와인도 가격과 맛이 무난한 것들은 식당의 보편적 기준으로 그냥 테이블 와인이 되기도 한다.

밸리의 피노누아를 쟁여두고 마신다. 그는 갑부는 아니지만 “다른 취미나 고급 차도 관심 없으니 와인 호사를 한다”고 한다. 이럴 경우 테이블 와인급이 아니어도 테이블 와인이 된다.

테이블 와인의 새로운 흐름

테이블 와인에도 새로운 흐름이 있다. 최근 젊은 세대의 파티용 와인은 디자인이 파격적이다. 와인은 수백 년 동안 대부분 흰색의 간결한 종이 라벨과 고풍스러운 서체로 이름을 썼다. 메독 그랑크뤼 무통 로칠드가 그림을 라벨에 새긴 빈티지를 발표했을 때 와인업계, 소비자들은 환호 대신 걱정스러운 놀라움을 드러냈다고 한다. 코르크, 유색의 유리병, 종이 라

벨은 적어도 그 이전 백 년을 주도하던 문화였기 때문이었다. 그러나 이런 고정 관념은 사라졌다. 울긋불긋한 라벨 종이, 온갖 디자인(심지어 외설스러운 그림도 관광 상품용으로 출시), 가족주의의 반영(와인 산지의 고유 명칭 대신 생산자의 가족 이름을 와인명으로 사용), 종이가 아니라 필름을 라벨 용지로 쓰는 것은 물론 카테일한 와인을 캔에 담아내기도 한다. 이는 소비자의 기호가 바뀌어가고 있다는 뜻이다. 젊은 소비층을 타겟팅하여 와인 외면에 변화를 주는 마케팅 기술을 선보이고 있는 것이다.

이런 와인도 넓게 보면 테이블 와인, 데일리 와인의 범주에 넣을 수 있다. 인공지능까지 쓰이는 작금의 시대에 어쩌면 가장 보수적인 세계 중 하나가 와인일 것이다. 그런 와인이 내부적으로 변화하는 것은 바른 방향이라고 생각한다.

테이블 맥주, 테이블 위스키가 와인을 밀어낸다고 걱정만 할 게 아니다. 젊은이들도 나이 들면 청바지를 벗고 슈트 차림으로 고급 레스토랑에 와 값비싼 고급 와인을 맛볼 수 있다. 하지만 그 이전에 값싸고 맛있는 테이블 와인을 젊은 나이에 맛볼 기회를 주어야 한다. ☞

이 달의 와인

바롤로 체레퀴오, 자코모 마렌고 2006 Barolo, Cerequio DOCG, Giacomo Marengo

체레퀴오는 아주 좁은 바롤로 지역의 마이크로 테루이다. 이 이름이 붙으면 무지하게 비싸다. 자코모 마렌고의 체레퀴오는 높은 가격과 그에 걸맞은 생산과 양조로 유명한 바롤로의 가장 로베르토 보에르시오 가문에 생산을 맡기고 있지만, 가격은 충분히 접근 가능하다. 그게 이 와인의 매력이다. 소비자 가격 50만원대 이상



한국 최고 골퍼는 누구?

한국은 1935년 연덕춘(1916~2004)이 일본에서 최초의 프로 골퍼가 된 이후 프로 투어 역사를 이어오고 있다.
글 JoinSung 사진 SHUTTERSTOCK



최초의 프로 골퍼가 탄생한 후 88년이라는 짧은 역사를 가지고 있지만 우수한 선수가 다수 등장했다. 이 중 한국 최고 선수는 누구일까?

최상호 국내 43승, 구옥희 국내외 44승

누가 최고의 선수인가에 대한 답의 범위를 국내로 좁히면 최상호(69세)가 단연 최고다. 지난 1977년 한국프로골프협회(PGA)에 입회했고 통산 43승을 쓸어 담았다. 2005년 매경오픈에서 우승하면서 국내 최고령 우승자(50세 4개월 24일)가 됐다. 남자 프로 투어 다승 2위인 박남신은 최상호에 23승이나 뒤져 있다. 국내 무대에서 최상호는 독보적이다.

구옥희(1956~2013)는 프로 통산 44승을 거뒀다. 한국과 일본, 미국 투어 합작이다. 1978년 한국여자프로골프협회(LPGA) 회원이 된 이후 1983년까지 한

국에서 활동하면서 16승을 거뒀다. 1984년부터는 일본에서 활동했고 이듬해에 미국여자프로골프(LPGA) 투어 프로 테스트에도 합격했다. 구옥희의 프로 통산 44승은 한국 20승, 일본 23승, 미국 1승으로 이뤄졌다. 서울올림픽이 열린 1988년 미국 LPGA투어 스탠더드 레지스터 터코이즈 클래식에서 우승했다. 한국 선수 통틀어 미국 프로 골프 투어 첫 승이었다.

박세리(46세)는 한국과 미국에서 39번 정상에 올랐다. 한국 LPGA 투어 14승, 미국 LPGA 투어 25승이다. 한국 선수 통틀어 세계 메이저 대회에서 처음으로 우승했다(메이저 대회 총 5승). 미국 진출 2년 만인 1998년, 메이저 대회인 맥도널드 LPGA 챔피언십에서 미국 LPGA 투어 첫 승이자 메이저 대회 우승을 이뤘다. 그해 또 다른 메이저 대회인 US 여자 오픈에서는 72홀에서 승부를 내지 못하고 18홀 연장과 2홀의 서든데스 플레이

오프 끝에 우승했다. US 여자 오픈 역사상 최연소 우승이자 여자 투어 역사상 최장 홀 승부(92홀)였다. US 여자 오픈 이후 6일 뒤 제이미 파 크로거 클래식에서 우승했고, 2주 뒤에는 자이언트 이글 LPGA 클래식에서 우승하면서 루키 시즌에 4승을 거뒀다.

미국 PGA 투어 첫 승, 최경주 세계 메이저 대회 첫 승 양용은

최경주(55세)는 한국과 미국, 일본 포함 27승을 거뒀다. 가장 큰 업적은 미국프로골프(PGA) 투어 한국인 첫 승이다. 일본에서 2승을 거두면서 자신을 얻은 최경주는 2000년 미국 PGA 투어에서 루키 시즌을 시작했다. 그리고 71번째 출전 대회인 2002년 킴프 클래식에서 우승했다. 한국 선수 최초 미국 PGA 투어 우승이었다. 그해 1승을 추가(템파베이 클래식)했고 2011년 플레이어스 챔피언십까지 8번 리더보드 최정상에 이름을 올렸다.

2023년 현재 미국 PGA 투어 한국 선수 최다승이다.

양용은(51세)도 최경주처럼 한국과 일본을 거쳐 미국에 진출했다. 우승은 12번, 한국 3승, 미국 2승, 일본 5승, DP 월드투어 2승이다. 미국 2승 중에는 세계 4대 메이저 대회 중 하나인 2009년 PGA 챔피언십이 포함돼 있다. 최경주에 비해 미국 PGA 투어 우승이 적지만(2승), 한국 유일의 메이저 대회 우승자라는 상징성이 있다. PGA 챔피언십 우승이 지금도 회자되는 것은 전성기 시절의 타이거 우즈를 이겼다는 점이다. '최종일 역전 불패' 기록을 쌓아가던 우즈였지만 당시 양용은의 가파른 상승세까지는 막지 못했다.

박인비(35세)는 한국 선수 최초로 '커리어 그랜드 슬램'(Career Grand Slam)을 달성했다. 선수 생활 동안 4대 메이저 대회에서 모두 우승했다. 여기서 112년 만에 돌아온 올림픽 골프에서 금메달을 따면서 그 앞에 '골든(Golden)'이라는 수식어를 달았다. 미국 LPGA 투어에서 유일한 '골든 커리어 그랜드 슬램'이다. 박인비는 프로 통산 22승을 거뒀는데 이 중 미국에서만 21승, 메이저 대회에서만 7승이다. 한국 선수 중 세계 메이저 대회 최다승이다.

신지애, 통산 64승, 승률 14.98%

위에서 열거한 선수는 모두 한국 골프사에 한 획을 그었다. 한국을 '대표'하거나 '최고'라고 할 수 있다.

하지만 신지애(35세)를 그들보다 앞쪽에 둔다. 유럽에서 세베 바에스테로스(1957~2011, 스페인), 미국에서 타이거 우즈(48세)를 최고의 선수로 꼽는 이유는 우승 횟수와 승률 때문이다. 신지애는 바에스테로스의 우승(90승)과 우즈의 승률(22%)처럼 독보적인 영역을 구축



박인비는 한국 선수 최초로 '커리어 그랜드슬램'을 달성했다. 선수 생활 동안 4대 메이저 대회에서 모두 우승하는 기록을 세웠다. 한국 선수 중 세계 메이저 대회 최다승이다.

해 왔고 또 구축해 가고 있다.

신지애는 일본여자프로골프(LPGA) 투어 2023시즌 개막전인 다이킨 오키드 레이디스 골프 토너먼트에서 우승했다. 이 우승으로 프로 통산 63승을 거뒀다. 아마추어 우승까지 포함하면 프로 투어에서 64번 우승 트로피를 들어올렸다. 한국 프로 골퍼로는 최다승이다.

신지애의 프로 대회 첫 승은 2005년 아마추어로 출전한 한국 LPGA 투어 SK 엔크린 인비테이셔널이다. 그해 프로로 전향했고, 이듬해인 2006년 1월 말 타이페이에서 열린 타이완 LPGA 투어 코사이드 타이완 재팬 프렌드십 챔피언십에서 첫 승을 했다.

한국 LPGA 투어에서는 20승, 루키 시즌인 2006년 내셔널 타이틀이자 메이저 대회인 한국 여자 오픈에서 첫 승을 거뒀다. 이후 파브 인비테이셔널, 오리엔트 차이나 레이디스까지 3승을 했고 그해 신인상과 대상, 상금 1위에 올랐다. 프로 데뷔 2년째인 2007년은 '신지애 천하'였다. 엠씨 스퀘어 크라운CC여자 오픈을 포함해 10승을 쓸어 담았다.

한국 LPGA 투어에서 가장 늦은 우승은 2010년의 KPGA 선수권. 한국 LPGA 투어에는 58번 출전했고 모두 메이저 컷을 했으며 20승을 거두어 승률 34.48%. 누적 상금은 20억 6,797만원.

18시즌 동안 2시즌 제외하고 1승 이상

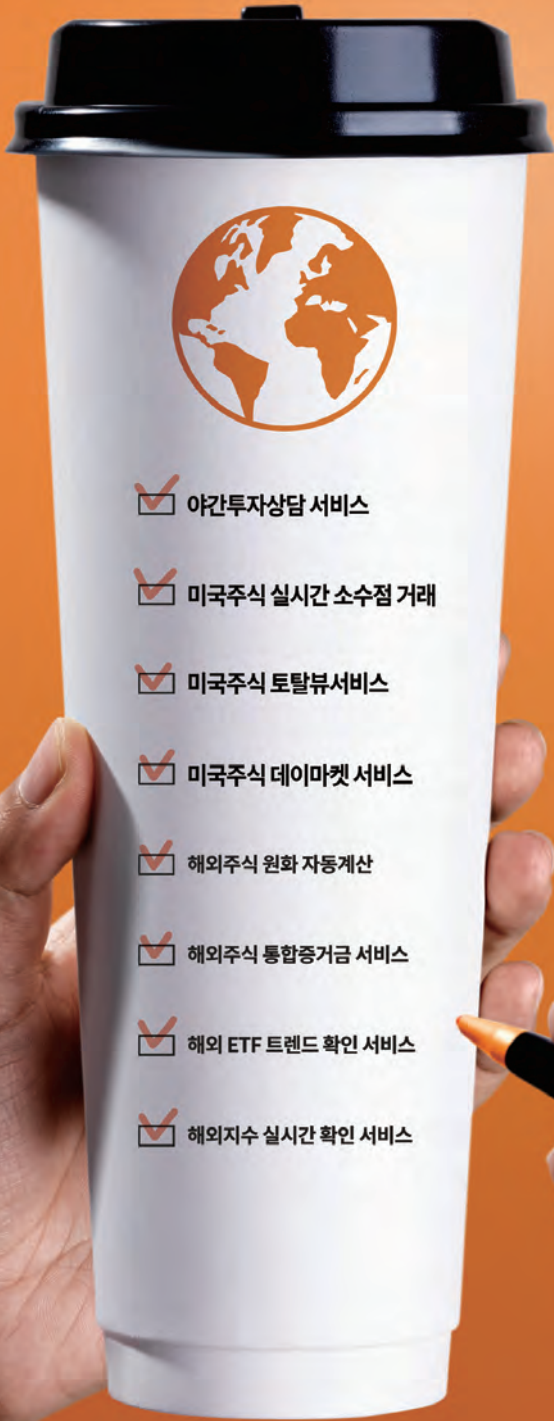
신지애는 2006년부터 2023년 3월 현재까지 투어 프로로 18시즌째를 맞이하는 동안 프로 대회에 427번 출전했고 그중 64승을 거뒀다. 승률 14.98%. 그동안 2시즌을 제외(2011, 2022년)하고는 1년에 1승 이상을 거뒀다.

신지애는 1988년생으로 올해 서른 다섯 살이다. 전성기가 지났고 같은 나이의 선수들이 투어를 떠나고 있다. '절친'인 김하늘과 최나연은 선수로서의 한계를 느끼고 공식 은퇴 무대를 거쳐 다른 일상을 시작했다. 박인비도 출산 이후 다시 선수로 돌아올지 고민하고 있는 상태다.

하지만 신지애는 여전히 투어에서 활동할 뿐더러 우승하고 있다. 4월 현재 일본 LPGA 투어에 6번 출전해 1승과 2위 1번, 3위 1번을 차지했다. 드라이빙 거리는 231.55야드(투어 70위)로 짧지만 드라이빙 정확도(72.76%, 15위)와 정규 타수 내 온그린(GIR) 이후 홀당 퍼팅 수(1.77, 10위) 등 정확도로 스코어를 잘 지키고 있다. 평균 스코어는 71타(10위).

신지애가 부상 없이 투어에서 더 오래 활동하길 바란다. 🏌️





- 야간투자상담 서비스
- 미국주식 실시간 소수점 거래
- 미국주식 토탈뷰서비스
- 미국주식 데이마켓 서비스
- 해외주식 원화 자동계산
- 해외주식 통합증권금 서비스
- 해외 ETF 트렌드 확인 서비스
- 해외지수 실시간 확인 서비스

해외주식 투자에 필요한 서비스, 미래에셋증권에서는 다~해드립니다!

남들 되는 건 기본, 다른 곳에서 안되는 서비스까지
해외주식 투자에 필요한 모든 서비스가 있는 곳,
대한민국 대표 해외투자 전문가 미래에셋증권에서
해외주식 서비스의 모든 것을 경험해 보세요.

[미래에셋증권 디지털투자상담센터 1644-9300] ■ 투자자는 금융투자상품[주식]에 대하여 미래에셋증권으로부터 충분한 설명을 받을 권리가 있으며, 투자 전 상품설명서등을 반드시 읽어보시기 바랍니다. ■ 금융상품은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하지 않습니다. ■ 금융투자상품[주식]은 자산가격 변동, 환율 변동 등에 따라 투자원금의 손실(0~100%)이 발생할 수 있으며, 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다. ■ 해외주식 거래수수료: 온라인 0.25~0.45%, 오프라인 0.5~1.0% (국가별 상이, 국가별 제비용 별도 발생, 자세한 사항 홈페이지 참고) ■ 국가별 제비용 미국: 매도 시 0.0008%, 중국(상해A/심천A): 매수 0.00987% / 매도 0.10987%, 홍콩: 매수 및 매도 시 각 0.1385% (추후변동 가능, 이외 국가의 제비용 및 자세한 사항 홈페이지 참고) ■ 한국금융투자협회 심사필 제22-03501호 (2022.10.20~2023.10.19) ■ 미래에셋증권 준법감시인 심사필 제23-423호 (2023.04.06~2024.04.04)

글로벌 투자 파트너 -
MIRAE ASSET
미래에셋증권